
La presse quotidienne de Québec en 1900, à une croisée de siècles et de mondes

Jean-Marie Lebel
Département d'information et de communication
Université Laval

Les historiens de la presse ont coutume, d'une façon toute naturelle d'ailleurs, d'aborder l'évolution des journaux sur de grandes périodes, privilégiant ainsi la dimension diachronique, la « longue durée », se passionnant souvent davantage pour les phénomènes d'ensemble que pour les cas d'espèce. « Ce qui m'intéresse, a dit Alvaro Mutis (1991), ce ne sont ni les chameaux, ni les chameliers, ni même la caravane mais le déplacement de cette dernière... » Pour notre part, nous nous permettons d'arrêter la marche de la caravane à un moment précis de sa progression afin d'observer les chameaux et les chameliers, leurs résistances et leur acclimatation au périple. Ce sont les journaux et les hommes de journaux de la ville de Québec de l'année 1900, la dernière année du XIX^e siècle¹, qui seront ici objets et sujets d'observation. La

1. Beaucoup de Québécois étaient persuadés au début de l'année 1900 qu'ils entraient alors dans le XX^e siècle. Le *Daily Telegraph* publia un cahier spécial à l'occasion de l'arrivée du nouveau siècle. Mais un doute persistait et les journaux s'interrogeaient : « Quand débute le XX^e siècle ? » Le 5 janvier 1900, le *Courrier du Canada* publia un texte d'Arthur Loth qui, s'appuyant sur le décret *urbi et orbi* de la Congrégation des rites relatif à l'année sainte du Jubilé, stipulait que le XIX^e siècle finirait le 31 décembre 1900 et que le XX^e débiterait le 1^{er} janvier 1901. Ne pouvant mettre en doute la sagesse des autorités romaines, Thomas Chapais conclua le débat en page éditoriale de son *Courrier du Canada* : « Il nous semble tout à fait inutile de discuter cette question davantage. »

dimension synchronique, tout en rendant possible de nombreux constats, permet de considérer la dynamique des relations et des interactions de journaux appartenant à diverses tendances sociales ou politiques, mais aussi à des conceptions divergentes du journalisme et de la presse.

En 1900, la presse québécoise se trouve à une époque charnière de son évolution : une période de mutations qu'ont montrée les ouvrages de synthèse de Paul Rutherford (1982) et de Jean de Bonville (1988). On assiste alors au passage du média de classe au média de masse, du journal d'une élite au journal de la masse, du journal d'opinion au journal d'information. Passage qui ne se fait pas sans soubresauts ni victimes. Les journaux soumis à des réflexes et des contraintes de diverses natures évoluent à des rythmes différents. Michel Serres (1992 : 88) affirme que « sans cesse, nous faisons en même temps, des gestes archaïques, modernes et futuristes ». Et les journaux n'y échappent point. L'observation des journaux de Québec en 1900 révèle à la fois des caractéristiques des presses du XIX^e et du XX^e siècles, de la France, de l'Angleterre et des États-Unis. « L'histoire de la presse, comme bien d'autres branches de l'histoire, disait Pierre Albert (1980 : 1572-1573), ne peut arriver au terme de la vérité. Son domaine sans limites précises est trop vaste et trop peuplé pour que son exploration soit jamais complète. » Les historiens de la presse ne peuvent que jeter des « regards », plus ou moins intenses, sur certains aspects et acteurs et tenter d'avoir une compréhension du fonctionnement de l'ensemble.

LE JOURNAL DANS LA VILLE

En cette année 1900, six journaux paraissent quotidiennement à Québec : trois de langue française, *Le Soleil*, *l'Événement* et *Le Courrier du Canada* ; trois de langue anglaise, le *Daily Telegraph*, le *Quebec Chronicle* et le *Quebec Daily Mercury*². Le journal est

2. Nous désignerons dorénavant ces trois journaux anglophones sous les noms abrégés qu'utilisaient communément les contemporains : le *Telegraph*, le *Chronicle* et le *Mercury*.

présent dans la ville depuis plus d'un siècle. Il est lu, commenté et confronté. La diversification de la presse offre des choix selon l'adhésion politique, la nationalité et la religion. À la presse quotidienne se joignent, la complètent ou la concurrencent, des presses religieuse, financière, pédagogique et culturelle. L'hebdomadaire *La Vérité*, animé depuis 1881 par l'ultramontain Jules-Paul Tardivel, a souvent l'influence d'un quotidien. *La Semaine religieuse de Québec* est publiée depuis 1888 par le curé de Charlesbourg, David Gosselin, réputé pour son franc-parler. *La Semaine commerciale*, produite dans le quartier des affaires de la basse-ville, a été fondée en 1894 et publie des éditoriaux mordants. Ces hebdomadaires ne vivent pas repliés sur eux-mêmes. Ils attaquent et répliquent aux quotidiens. *Le Soleil* s'en prend au curé Gosselin : « nous l'avons attaqué comme journaliste, et tout le monde sait qu'il rédige une feuille conservatrice, qui est d'autant plus dangereuse qu'elle se vante d'être l'organe autorisé de l'archevêché » (15 janvier 1900).

Le quotidien va vers le lecteur. Des « petits vendeurs » offrent le journal dans les rues commerciales. Des « petits porteurs » livrent le journal aux abonnés. Il est vendu à l'unité dans les boutiques des « tabaconistes », où l'accès aux femmes est difficile. Un chroniqueur de Québec dénonce ces flâneurs « qui parlent fort, gesticulent et fument [...] c'est très gênant pour une femme d'entrer acheter quand il lui faut passer à travers tous ces hommes qui s'empressent de lorgner avec plus ou moins de délicatesse » (*Le Moniteur du commerce*, 14 octobre 1898). Antoine Langlois fils, ancien gérant de *l'Électeur*, est un populaire marchand de journaux dans la côte de la Montagne. « Il n'y a pas à Québec un établissement du genre, dit *Le Soleil*, qui soit plus fréquenté. La côte de la Basse-Ville est comme le pont d'Avignon : « tout le monde y passe » » (24 février 1900). M. W. Phelan de la rue Saint-Jean s'annonce comme un « *tobacconist and News dealer, American and Canadian newspapers, magazines* ». D'autres établissements ont fait de la vente de journaux leur spécialité première : le Montmorency News Depot de la rue Saint-Paul, à proximité des gares, et le kiosque de la Quebec News Company de la rue Buade, propriété du *Telegraph*. Les Québécois peuvent se procurer des périodiques de Montréal et de l'étranger, qui font ainsi concurrence aux journaux de Québec. Le

kiosque de la Quebec News Company offre le *Star* et la *Gazette* de Montréal, le *World* et le *Herald* de New York, et plusieurs magazines : les *Munsey*, *Pearson's*, *Wide World*, *Strand*, *Blackwood's*, *Metropolitan*, *Cosmopolitan*, *McClure* et *Le Monde moderne* (*Telegraph*, 19 janvier 1901). *La Presse* et *La Patrie* de Montréal s'intéressent au marché de Québec. *La Presse* a un « fermier », c'est-à-dire un agent des ventes et de la distribution, et un reporter à Québec. Les journaux publiés dans l'après-midi à Montréal arrivent par le train du Canadien Pacifique en soirée.

LA VILLE DANS LE JOURNAL

En 1900, ce que le Québécois sait ou peut appréhender de sa ville, de son passé et de son futur, provient en grande partie du journal. Ce dernier livre un portrait quotidien et façonne une image de la ville. Les propos se veulent optimistes : le XIX^e siècle et ses malheurs prennent fin, le XX^e et ses progrès arrivent. Si les premiers journaux québécois, transcrivant les nouvelles étrangères, se faisaient presque silencieux sur les événements de leur ville (seules les publicités renseignaient sur l'animation de la ville), les journaux de 1900 sont beaucoup plus bavards et davantage enracinés dans leur milieu. Ils se préoccupent, décrivent et commentent le développement de Québec. Ils révèlent une ville à la fois inquiète et confiante. Les dernières décennies du XIX^e siècle avaient été éprouvantes et la presse le rappelle constamment pour expliquer les difficultés que traverse la ville. Le déménagement du siège de la capitale nationale, le départ des troupes britanniques, la fin de la construction navale, le déclin du commerce du bois et de l'activité portuaire ont ébranlé les structures socio-économiques. L'industrie de la chaussure, qui n'a amené qu'une prospérité bien précaire, est en crise en 1900. Plusieurs manufactures ferment au cours de l'année, qui s'achève par un conflit de travail commenté par la presse qui émet des mises en garde aux patrons et ouvriers. La canalisation du fleuve et le développement des réseaux ferroviaires n'ont guère profité à Québec, qui a vu son arrière-pays économique et le rayonnement de sa presse se rétrécir et se circonscrire à l'est du Québec, à la Beauce et au Saguenay. Déclassés, aigris, les Québécois de 1900 et leurs

journaux se mesurent continuellement aux Montréalais. Lorsque *Le Soleil* parle de sa voiture de livraison, il ne manque point de souligner qu'elle est « tout aussi belle que n'importe laquelle portant le nom de n'importe quel journal de Montréal » (11 décembre 1900).

Toutefois, plusieurs signes sont encourageants. Le maire Simon-Napoléon Parent s'avère efficace et ses réalisations sont mises en valeur par les journaux libéraux, *Le Soleil* et le *Telegraph*. La construction d'un gigantesque élévateur à grains et des installations du chemin de fer Great Northern est décrite quotidiennement par les journaux, qui souhaitent que Québec devienne un terminus portuaire important. Arthur Buies (1893 : 18) n'avait-il pas déclaré : « Qu'on dise et qu'on fasse tout ce qu'on voudra, Québec est le futur grand port de l'Amérique canadienne ». Longtemps attendue, la construction du pont débute enfin. Au-delà des dissensions politiques, les journaux s'intéressent au développement économique et en font leur cheval de bataille. Une ville et une presse qu'on ne peut donc plus dissocier.

LE JOURNAL POUR LE LECTEUR

Les Québécois de 1900 ont souvenir, ou ont eu écho, des journaux publiés dans leur ville au cours du XIX^e siècle, notamment la *Gazette des Neilson*, le *Mercury des Cary*, les versions du *Canadien* des Pierre Bédard, Étienne Parent et Israël Tarte, *Le Journal de Québec* de Joseph-Édouard Cauchon, *Le Courrier du Canada* des Léger Brousseau père et fils, *l'Événement* d'Hector Fabre. Le journal est fait de mémoire. Aux yeux des lecteurs, les six quotidiens de 1900 se distinguent par leur contenu et leur présentation physique, mais aussi par leur adhésion politique et leur histoire. *Le Soleil*, un journal libéral au passé quelque peu sulfureux, a succédé en 1896 à *l'Électeur* qui, ayant soulevé l'ire de l'épiscopat, avait été condamné. *l'Événement*, qui a souvent plaidé son indépendance, mais dont le soutien au parti conservateur est connu, a été fondé en 1867. Il est donc le plus vieux quotidien français. Son nom est associé à Hector Fabre qui le dirigea jusqu'à sa nomination en 1875 au Sénat canadien. « Dès son apparition, dira Nazaire Levasseur (1917 : 8),

l'Événement avait conquis tous les suffrages. D'un format élégant, imprimé en caractères à l'œil ouvert, il invitait la lecture. L'ensemble de sa rédaction tranchait, comme je l'ai dit, sur le ton un peu lourd, plutôt lutrin, des autres journaux ». *Le Courrier du Canada*, journal conservateur et ultramontain fondé en 1857, dont la devise est « Je crois, j'espère et j'aime », a un passé associé aux combats menés par l'Église qui joua un rôle important dans sa fondation. De grands rédacteurs, les Joseph-Charles Taché, Hector Langevin, Narcisse-Eutrope Dionne et Thomas Chapais en ont fait le journal des bien-pensants. Le *Telegraph*, de tendance libérale, lancé en 1875, a bouleversé la presse à Québec. Originaire d'un milieu modeste, James Carrel, qui avait appris son métier au *Mercury*, avait créé un *penny paper* s'adressant à l'ouvrier. Le *Chronicle*, fondé en 1847 par deux anciens employés de la *Gazette*, Robert Middleton et Charles Saint-Michel, est un journal conservateur du milieu des affaires et des élites anglophones. Le *Mercury*, fragile, dont la fondation remonte à 1805 et qui fut longtemps le porte-parole des anglophones de la ville, jouait un rôle de second puis de troisième plan depuis l'arrivée du *Chronicle* et du *Telegraph*. Ce que le lecteur connaît de l'identification des producteurs, par le biais du journal, est limité. Aucun texte de la rédaction n'est signé. Aucun nom d'individus de la direction n'apparaît dans *Le Soleil* et ni dans le *Chronicle*. Dans ce dernier, le nom de la Quebec Chronicle Printing Company n'est même pas mentionné.

On ne peut prétendre savoir exactement ce que le Québécois de 1900 cherche dans un journal, on peut toutefois connaître ce qu'il y trouve. Le journal informe, commente, renseigne, divertit.

Les nouvelles ne servent plus uniquement à faire du « remplissage » au bas de textes tirés de publications étrangères. Elles sont mises en valeur et regroupées à l'intérieur de rubriques bien identifiées : la « Chronique municipale » du *Soleil*, les « News of the City and District » du *Telegraph*, les « Local News » du *Chronicle*. Des nouvelles nationales ou internationales sont insérées à l'intérieur de rubriques évoquant avec fierté la célérité de la voie télégraphique : les « Échos télégraphiques » de *l'Événement*, les « Flashes from the wire » du *Telegraph*. Comme le veut la coutume, les avis de décès, mariages et naissances sont insérés à la fin des

textes ou en dernière page. On peut donc « arrêter les presses » et ajouter des avis. Insérés avec frais, ils sont cependant loin d'être exhaustifs. On connaît les tarifs de *l'Événement* : « Les annonces de Décès, Mariages, Naissances, 25 cts pour 25 mots ». Les « Notes personnelles » du *Soleil*, le « Social Circle » du *Telegraph* et le « Personal » du *Mercury* sont des carnets mondains.

Le journal commente l'actualité et surtout la scène politique. Les commentaires (l'intitulé « éditorial » n'apparaît point) sont publiés en seconde page des journaux sous un en-tête rappelant le nom du journal et la date. Toutefois, les propos partisans du *Soleil* sont plutôt publiés en « premier Québec », en première page.

Le journal renseigne, il est calendrier. Évidemment, il rappelle la date, mais *Le Soleil* et le *Telegraph* font plus : chaque jour, en seconde page, ils illustrent et ornent une page miniature du calendrier du mois. Le journal est répertoire ou bottin. Jour après jour, occupant le même endroit, sont répétées les annonces des commerces et les cartes professionnelles. Quand le lecteur a besoin d'un nom ou d'une adresse, il sait où repérer l'information. Le journal est aussi guide-horaire. Les heures de départ ou d'arrivée des trains et des navires sont publiées quotidiennement. Certaines compagnies ferroviaires et maritimes annoncent dans tous les quotidiens, d'autres « négligent » principalement *Le Courrier du Canada* et le *Mercury*. Le journal renseigne sur les activités portuaires. Québec, qui approvisionne les marchands de l'est de la province, compte plusieurs importateurs de marchandises en gros. Les rubriques « Around the docks » du *Mercury*, « About the docks » du *Telegraph*, « Marine News » du *Chronicle* (la plus complète et la plus réputée) et la « Colonne maritime » du *Soleil* (qui fait plus d'une colonne) décrivent les mouvements des navires et leurs cargaisons. Le journal renseigne les investisseurs. Les rubriques « La bourse » du *Soleil*, « Stock » du *Chronicle*, « On Change » ou « Stock Reports » du *Telegraph*, préparées par des représentants à Québec des courtiers montréalais, commentent les activités des bourses de Montréal et de New York. Le journal renseigne sur les prix du marché des grains, des denrées et du bétail. Le *Telegraph* et le *Chronicle* donnent des nouvelles des marchés de New York et de Chicago. La publication de *La Semaine commerciale* explique probablement pourquoi les

quotidiens francophones consacrent moins d'espace aux questions économiques. De tout temps sujet de conversation, la température est dorénavant matière à rubrique. *Le Soleil*, dans son « oreille gauche » (espace situé au haut de la première page, à côté du nom du journal), présente les « Probabilités pour les prochaines 24 heures » et, en seconde page, illustre un thermomètre où est inscrite la température. En dernière page, mais d'un accès aisé (la page arrière est aussi une vitrine), le *Telegraph* publie son « Weather' Outlook ». *Le Courrier du Canada* décrit en quelques mots la température du jour dans sa rubrique « Faits divers ». Tous les pronostics proviennent du Meteorological Office de Toronto.

Le journal divertit aussi. Poursuivant une longue tradition, les journaux francophones publient un feuilleton. Celui de *l'Événement* loge, selon la coutume des journaux de France, au « rez-de-chaussée » de la première page. *Le Soleil*, qui a bien d'autres attraits que son feuilleton, l'a relégué en sixième page. Le sport est devenu spectacle. Québec a des équipes dans les ligues interprovinciales de hockey et de crosse. La rivalité entre les clubs de crosse de Québec, le *Victoria* (francophone) et le *Quebec* (anglophone) « passionne passablement les amateurs de sport de notre ville » (*Le Soleil*, 7 août 1900). Le *Telegraph*, le *Chronicle* et *Le Soleil* donnent les résultats d'événements sportifs tenus aux États-Unis ou en Angleterre. Les numéros du samedi se veulent familiaux. Celui du *Soleil* contient « La page de la famille », « Le coin des enfants » et une « page de musique » avec partitions. *l'Événement* présente la rubrique « Contes et Nouvelles ». Le *Chronicle* publie la seule rubrique à Québec s'adressant surtout aux femmes : le « Woman's Cosy Corner. Facts and Fancies Compiled for the Fair Sex ».

LE LECTEUR POUR LE JOURNAL

Six quotidiens, c'est beaucoup pour une ville de la taille de Québec (68 840 habitants selon le recensement de 1901), d'autant plus que Montréal, ville considérablement plus importante aux points de vue économique et démographique (267 730 habitants), en compte le même nombre. Six quotidiens qui se partagent un

lectorat et un bassin d'annonceurs restreints et qui s'efforcent d'améliorer leur position ou, du moins, de la maintenir. Et la situation évolue rapidement. Confiant, *l'Événement* déclarait le 15 mai 1896 : « sans voguer au milieu des richesses – ce qui est d'ailleurs inconnu dans le journalisme canadien –, notre journal continue à progresser et peut envisager l'avenir avec quiétude ». Quatre ans plus tard, sa situation est compromise. L'arrivée au pouvoir des libéraux à Ottawa en 1896 et à Québec en 1897 favorise la montée du *Soleil* (en 1901, *l'Événement* sera poussé à la faillite). Il avait aussi soutenu en 1896 : « nous pouvons affirmer sans crainte que la circulation de *l'Événement* à Québec est au moins le double de la circulation de tous les journaux français de notre ville ». Il n'aurait certes pu tenir de tels propos en 1900. *Le Soleil* a le vent dans les voiles. De 1899 à 1901, son tirage quotidien passe de 12 500 à 14 800 exemplaires, tandis que celui de *l'Événement*, de 15 780 à 13 780 et celui du *Courrier du Canada*, de 3 081 à 2 800. Du côté montréalais, *La Presse* tire en 1900 à 59 265 exemplaires et *La Patrie* à 19 449. Chez les quotidiens anglophones, le *Telegraph* est le seul à augmenter son tirage : de 4 200 en 1899 à 4 900 en 1901, alors que celui du *Chronicle* passe de 4 000 à 3 100. Le tirage du *Mercury* serait bien en deçà des 3 000 exemplaires qu'il prétend publier³. Les journaux anglophones se disputent un bassin de lecteurs de plus en plus réduit ; les recensements de 1861 et de 1901 nous révèlent que le nombre d'anglophones de la région de Québec est passé de 30 656 à 13 746.

Afin d'être accessible au plus grand nombre, les quotidiens de Québec, ayant imité le *Telegraph*, sont offerts à l'unité à un sou (nous n'avons pas repéré le coût de vente du *Courrier du Canada*, qui peut-être n'était disponible que par abonnement). Le tarif de l'abonnement annuel est lui aussi uniforme pour tous : trois dollars. Ne pouvant donc plus séduire des lecteurs par l'attrait du coût, on offre plus de pages et de matières à lire pour le même prix. C'est l'éclatement du traditionnel journal de quatre pages. Du lundi au vendredi, *Le Soleil* est un journal de huit pages, et le samedi, de

3. Nos données sur les tirages proviennent des répertoires N.W. Ayer and Son, *American Newspaper Annual*, Philadelphie et New York.

douze pages. Le *Telegraph* et le *Chronicle* ont chacun six pages du lundi au vendredi et huit le samedi. Le *Courrier du Canada* et le *Mercury* demeurent des journaux de quatre pages. On offre aussi plus d'éditions. À compter d'octobre 1900, le *Chronicle* ajoute à son édition du matin une édition de fin d'après-midi. Depuis sa fondation en 1847, s'intitulant alors *Morning Chronicle*, il avait eu peu de rivaux matinaux et, en 1900, il continue à se proclamer « *The Only Morning Paper in Quebec* ». Le *Soleil* publie, en plus de son édition de 4 h de l'après-midi, une édition à 11 h le matin. Les quatre autres quotidiens paraissent uniquement en après-midi (des « quotidiens du soir »). Le *Telegraph* n'offre pas moins de trois éditions d'après-midi, à 3 h, 4 h 30 et 5 h. Selon une coutume remontant au milieu du XIX^e siècle, quatre quotidiens produisent une édition hebdomadaire à l'intention des campagnes, reprenant des textes des parutions quotidiennes. L'édition hebdomadaire de 16 pages du *Soleil* paraît chaque jeudi. La *Quebec Gazette* (1764), le *Saturday Budget* (1870) et *Le Journal des campagnes* (1875) sont respectivement devenus les éditions hebdomadaires du *Chronicle*, du *Telegraph* et de l'*Événement*.

Évoluant dans un système qui a ses règles et ses conventions rigides, chaque journal a pourtant sa propre personnalité. Le choix des caractères et la disposition des éléments textuels et publicitaires donnent au journal sa spécificité. Le journal s'attire le respect du lecteur par le poids de la tradition et du sériel. On peut lire en couverture du *Mercury* : « *95th Year* » et le *Chronicle* en est rendu à son « No. 19 674 » au 1^{er} août 1900, un nombre qui ne peut qu'impressionner. Tous les quotidiens incluent des gravures dans les publicités, et le *Telegraph* et *Le Soleil*, dans certains textes. Seul le *Telegraph* publie parfois des photographies. À l'occasion de son numéro de Noël de 1899, *Le Soleil* publie les dessins de son premier artiste à temps plein, J.-A. Ferland, et inaugure son « département de photogravure » (16 décembre 1899). *Le Soleil* tente en 1900, avec peu de succès, ses premières impressions en couleurs. Lorsqu'il utilise des encres rouges et bleues pour agrémenter des gravures de son numéro pascal, l'opération s'avère un échec humiliant. « Deux pages maculées d'un rouge comme il s'en voit sur les tabliers des bouchers, aux jours de la saignée », s'empresse de commenter *La Semaine commerciale*.

Le journal s'efforce d'attirer l'attention par divers moyens. Même l'édifice devient attrait. C'est dans la vitrine du *Telegraph* que les Québécois observent la gravure illustrant le futur pont. Le *Chronicle* expose des pièces antiques trouvées au château Bigot. Lors de la mort du premier ministre Félix-Gabriel Marchand, les bureaux du *Soleil* « sont enveloppés de banderoles noires qui tombent du toit aux portes d'entrée » (28 septembre 1900). Les voitures de livraison sont objets de promotion. *Le Soleil* décrit l'une de ses voitures : « C'est une grande voiture élevée, très voyante, avec un soleil rayonnant peint sur chaque côté » (11 décembre 1900). Des événements sont créés. Le 3 octobre 1900, *Le Soleil* lance un ballon haut de 25 pieds avec ces inscriptions : « Laurier-Parent » et « *Le Soleil* ». Pour la soirée du scrutin fédéral du 7 novembre 1900, il loue le Quebec Skating Rink de la Grande-Allée afin d'y rendre publics, au moyen d'une lanterne magique, les résultats fournis par le télégraphe. La soirée est un grand succès. De 5 000 à 6 000 personnes s'entassent dans l'édifice.

LA PRESSE POPULAIRE POLITIQUE

À l'Exposition universelle de Paris de 1900, les visiteurs peuvent voir, parmi les objets exposés du pavillon canadien, des « volumes reliés » de deux journaux de Québec : *Le Soleil* et le *Mercury* (Scott, 1900 : 96, 98). Ironie du sort, l'un a sa carrière devant lui, l'autre, derrière lui. L'observateur constate des différences, l'un a un caractère plus attrayant, plus « moderne », l'autre, un caractère plus sobre, plus traditionnel. Tous deux sont cependant vendus à un sou. Tous deux publient des pronostics météorologiques, des carnets mondains, des nécrologies, les listes de prix des denrées sur les marchés, des descriptions des activités portuaires, des horaires des trains et des navires. Néanmoins, l'observateur attentif peut percevoir qu'il a devant lui des journaux de deux mondes différents. Tout en ayant à l'esprit la mise en garde de Gerald J. Baldasty (1992 : 6) dans son étude de la presse américaine du XIX^e siècle (« *Comparisons often invite oversimplification, and it is important not to exaggerate or oversimplify the characteristics of the press* »), on note que certaines caractéristiques du *Soleil* en font déjà

un véritable journal « populaire » du XX^e siècle : textes illustrés de gravures, manchettes, nouvelles sensationnelles. Mais il n'en demeure pas moins partisan sur le plan politique. Tandis que le *Mercury*, où le commentaire prédomine, est, malgré ses efforts, un journal politique qui se veut « populaire ». Nous parlons donc d'une presse populaire politique (dans laquelle nous incluons *Le Soleil* et le *Telegraph*) et d'une presse politique populaire (*l'Événement*, *Le Courrier du Canada*, le *Chronicle* et le *Mercury*). « L'ami Pacaud, écrira-t-on après sa mort, avait bien compris l'esprit de son siècle, comme Berthiaume [propriétaire de *La Presse*] fut le premier à le saisir. Il fit tous les sacrifices pour sortir son journal du vieux jeu » (*Le Soleil*, 21 octobre 1905). À quel « vieux jeu » faisait-on allusion ?

Vraisemblablement au « vieux jeu » des journaux politiques partisans voulant convaincre à coups d'arguments et d'accusations. Ernest Pacaud fait entrer *Le Soleil* dans le monde du journalisme qui veut informer, divertir et rejoindre un vaste public, quitte à utiliser le sensationnalisme. Ce que lui reproche Chapais (17 février 1900) : « Le « *Soleil* » a définitivement pris place dans les rangs de la presse jaune. Hier, à propos du meurtre commis par le constable Cazes, il a publié une gravure hideuse. Portrait de la victime, portrait du meurtrier, pistolet, balles, corde lugubrement emblématique enroulée déjà autour du cou du prisonnier, vue de la rue et de la maison du crime, rien ne manque à ce tableau sensationnel ». *Le Soleil* et le *Telegraph* ont le souci de donner toujours plus d'informations avec le plus de célérité possible. Ce slogan apparaît dans une « oreille » du *Telegraph* : « *Read the Telegraph And be Up-to-Date in Everything !* ». En fait de « nouveau journalisme », *Le Soleil* et le *Telegraph* n'inventent rien. Nos hommes de presse ne sont pas isolés et ils vivent à la même heure que ceux des autres villes occidentales, étant en contact avec des journaux français, américains et britanniques qu'ils reçoivent en échange et dans lesquels ils puisent informations et inspirations. Ils observent l'évolution de la presse étrangère qui les interpelle. Les journaux ne cessent de s'emprunter. Ne nous méprenons point, *Le Soleil* et le *Telegraph* n'en demeurent pas moins aussi partisans que les journaux dits « politiques ». En première page, *Le Soleil* se proclame l'« Organe du Parti libéral ». Lors des élections fédérales de 1900, *Le Soleil* est prêt à parier avec

ses lecteurs que Laurier sera réélu et accepte les mises de 25 \$ à 2 000 \$. Pour nuire au Parti libéral, des gens s'en prennent au *Soleil* : « un des charretiers du « *Soleil* », qui avait dans son véhicule plus de trois mille copies du journal pour distribution à divers dépôts dans St-Roch et St-Sauveur, a été arrêté sur la rue, dans St-Roch, jeudi soir, par les partisans de M. Lane. Ils ont réussi à lui enlever plus de huit cents exemplaires du « *Soleil* », avant qu'il ait eu le temps de leur échapper ou de lancer son cheval au grand galop, et ils sont allés les brûler sur la place Jacques-Cartier » (*Le Soleil*, 11 décembre 1900).

LA PRESSE POLITIQUE POPULAIRE

La presse populaire politique fait des victimes. *Le Soleil* et le *Telegraph* soutirent constamment des lecteurs à la presse politique populaire. Celle-ci, surtout le *Chronicle*, fait des efforts, mais devenir un « journal de masse » demande des capitaux qu'elle n'a pas et un public qu'elle ne peut saisir. Non seulement le *Mercury* et le *Chronicle* tentent de contrer le *Telegraph*, mais encore ils sont confrontés à la diminution du bassin de lecteurs anglophones. Des facteurs économiques et démographiques amènent donc des exclusions de la presse populaire politique. D'autres exclusions sont volontaires et dues à des conceptions différentes de la presse. Nous sommes en présence de deux mondes. *Le Courrier du Canada* et le *Mercury* font peu de concessions au « modernisme ». Pour Chapais, qui reste fidèle à lui-même, le journalisme est une vocation. *Le Courrier du Canada* est plus qu'un simple journal politique, il est imbu d'une mission : la défense des valeurs catholiques. Chapais, qui s'en fait un ardent défenseur, n'avait-il pas un jour déclaré : « Nous n'avons nulle prétention à être plus catholique que le pape ; mais nous voulons nous efforcer de l'être autant que lui » (*Le Courrier du Canada*, 4 mars 1884).

Défendant des valeurs conservatrices, les directions des journaux de la presse politique, principalement *Le Courrier du Canada* et le *Mercury*, expriment leurs valeurs dans un journal aux présentations et aux structures traditionnelles, liant ainsi contenu et contenant. Déjà en 1900, leurs journaux ont un air vieillot ou du moins

délibérément statique. Simple coïncidence, peut-être, mais les journaux politiques traditionnels, *Le Courrier du Canada*, le *Mercury* et le *Chronicle*, inscrivent leur nom en caractères « gothiques ». *Le Soleil*, *l'Événement* et le *Telegraph*, pour leur part, présentent des caractères « modernes » aisément déchiffrables par le client. À la fin du XIX^e siècle, la presse partisane est remise en question. *Le Nouveau Monde* de Montréal du 4 septembre 1892 affirmait : « Le public est fatigué de cette presse muselée, absolue, triste et systématiquement querelleuse, ne recevant son inspiration que de ceux qui ont intérêt à farder les événements et à mettre la lumière sous les boisseaux ». Si la presse du parti conservateur à Québec (*l'Événement*, *Le Courrier du Canada*, le *Chronicle*) est ébranlée par les échecs électoraux, celle du parti libéral (*Le Soleil*, le *Telegraph*) a d'autant plus l'élan du vainqueur qu'elle pratique un journalisme qui se veut populaire. Et *Le Soleil*, victorieux, se permet de faire la leçon au journal de Chapais : « Qu'on en prenne notre parole, c'est cette étroitesse de vues qui se manifeste chaque jour dans la rédaction du *Courrier du Canada*, qui continuera à tenir le parti conservateur dans une complète impuissance » (10 novembre 1900).

Élargissant son territoire, *Le Soleil* relance *Le Courrier du Canada* jusqu'à ses derniers retranchements. Chapais accepte mal de voir *Le Soleil* « parler de religion », d'autant plus qu'ayant mis de côté les élans d'anticléricisme il se veut plus pieux que *Le Courrier du Canada*. Le 3 mai 1900, Chapais dénonce ce mélange de « jaurisme » et de piété : « *Le Soleil* est entré à pleines voiles dans cette exploitation misérable et honteuse contre laquelle se sont élevées avec raison nos autorités religieuses et civiles. Il en fait délibérément un ignoble métier. Ce qui ne l'empêche pas d'ailleurs de cultiver le genre pieux. Vous le verrez samedi, à côté de saletés que nous venons de signaler, étaler pompeusement la page de la famille, avec effusions religieuses, évangile du jour et portrait d'évêque ! » Lorsque débute en février la parution d'un feuilleton, *Le Soleil* proclame : « il est d'une moralité irréprochable », et précise, « il ne s'y trouve pas une phrase, pas un mot qui puisse blesser même l'âme pudibonde de la plus candide jeune fille ». Il se fait aussi moralisateur. Le 2 août, il dénonce « les ravages de l'alcoolisme ». Tardivel lui reprochant de l'avoir fait avec exagération, *Le Soleil* réplique le 10 août : « M. Tardivel est-il bien sûr que parmi ceux

plus en autorité que le *Soleil*, il n'y en pas qui exagèrent un peu les horreurs de l'abîme (de l'enfer) pour empêcher les foules d'y tomber ! » Chapais est-il au courant du revirement de l'archevêque Louis-Nazaire Bégin à l'égard du *Soleil* ? L'annaliste du séminaire de Québec nous apprend que « Bégin, non seulement a passé l'éponge sur le passé, mais il a dit de plus que désormais il défendrait Pacaud, si cela était nécessaire. Ce journaliste qu'on ne pouvait ni lire, ni recevoir il y a quelques semaines, sans encourir toute espèce de disgrâce [...] le voilà sacré à peu près l'organe de l'évêché » (Archives du Séminaire, Journal SEM, 1898). Un tel revirement n'avait rien de rassurant pour Chapais.

LES ENTREPRISES DE PRESSE

Au cours de la matinée du 19 avril 1900, Augustin Côté, l'ancien imprimeur du *Journal de Québec*, visite le *Telegraph*. « *He admired*, nous dit un rédacteur du journal, *the action of the typesetting machines, and the Duplex press worked by electricity, which formed a strong contrast to the hand-machines on which he laboriously acquired his knowledge and skill in the art.* » La révolution industrielle transforme les entreprises de presse qui passent de l'artisanat à l'industrie, de la presse à bras à la presse rotative.

En 1900, Québec n'a pas encore de « palais de la presse »⁴. Les entreprises logent dans des maisons conçues pour des boutiques d'artisans ou de marchands. *Le Soleil* et le *Mercury* ont pignon sur rue dans la côte de la Montagne où la *Gazette de Québec* était demeurée plus de 70 ans ; le *Chronicle* et le *Telegraph*, dans la rue Buade ; l'*Événement* et le *Courrier du Canada*, dans la rue de la Fabrique. Ces rues à la file, le long desquels les entreprises de presse s'établissent durant tout le XIX^e siècle, forment un axe constituant, selon Claude Galarneau (1984 : 148), une « espèce de *via sacra* de la ville de Québec (logeant) tout ce qui comptait en fait de religion,

4. Il faut attendre 1907 pour que Frank Carrel du *Telegraph* fasse réaliser, par l'architecte Georges-Émile Tanguay, un édifice conçu pour la publication d'un grand journal. On peut encore voir cet édifice au coin des rues Buade et du Trésor. Le vieil édifice avait été détruit par les flammes en février 1907.

de négoce et d'affaire ». Installé dans les locaux que Pacaud avait achetés pour l'*Électeur* en 1882, *Le Soleil* ajoute un étage à son établissement en 1897. L'édifice a deux façades, six étages donnent sur la rue Notre-Dame et trois sur la côte de la Montagne. Les presses pour le journal sont au rez-de-chaussée, au niveau de la rue Notre-Dame, et celles pour les « ouvrages de ville » à l'étage au-dessus. Le troisième étage, avec ses vitrines sur la côte de la Montagne, est le « bel étage ». On y trouve à l'entrée la salle de l'administration, de la publicité et de la comptabilité, et au-delà, la salle de rédaction et le cabinet du directeur politique. L'étage au-dessus loge les ateliers de typographie ou de composition. L'atelier de photogravure est sous les combles⁵.

Ce sont dans des édifices étroits et encombrés que doivent entrer de nouveaux et lourds équipements. En 1900, *Le Soleil* a fait l'achat de trois nouvelles machines à composer, rendant inutiles environ 80 000 livres de caractères d'imprimerie. À la fin de l'année, il songe à mettre en vente sa presse Claus parce qu'elle n'imprime que quatre pages à la fois et qu'il a fait l'acquisition d'une presse Claus imprimant 8, 10 ou 12 pages à la fois et ne tirant pas moins de 15 000 à 18 000 exemplaires à l'heure (28 janvier 1901). L'*Événement*, fondé sur le site actuel du bureau de poste de la haute-ville, ne quitte ses locaux qu'au moment de son achat par les frères Demers en 1883. Depuis lors, le journal est produit dans l'édifice acquis en 1880 pour publier le *Canadien*. En 1891, un incendie dévaste les ateliers, endommageant la presse rotative Marinoni. L'établissement, remis sur pied, abrite aussi depuis 1896 *Le Courrier du Canada* de Chapais, dont le bureau est au second étage. Le rez-de-chaussée est occupé par les bureaux d'administration et les ateliers d'imprimerie des deux journaux. Le *Telegraph*, « housed in an antiquated building », occupe les mêmes locaux depuis sa fondation en 1875 (Teakle, 1939). Le *Chronicle* quitte au printemps de 1899 le bas de la côte de la Montagne où il logeait depuis 1861 dans l'ancien Neptune Inn (Greater Quebec, 1908 : 7). Il acquiert de Jean-Docile Brousseau l'édifice où *Le Courrier du Canada* a été publié jusqu'en 1896 (L'*Événement*, 3 avril 1899).

5. Cet édifice fut détruit par les flammes le 5 avril 1930, mais depuis 1928 *Le Soleil* était établi dans son nouvel édifice au coin des rues Saint-Vallier et de la Couronne.

Quelques dizaines d'hommes composent les effectifs des six quotidiens. La direction des entreprises prend divers visages, de l'individu isolé à la compagnie liée à un parti politique. La Compagnie d'imprimerie de Québec est l'« éditeur du *Soleil* ». En 1880, les chefs du parti libéral avaient fondé une compagnie à responsabilité limitée. Le véritable patron du journal est le directeur politique Pacaud. C'est lui qui a « la charge de la confection du journal lui-même. Il contrôle le ton et l'esprit de la rédaction du journal ; il choisit ses collaborateurs » (*Le Soleil*, 19 décembre 1914). Il ne se confine pas aux questions politiques et se révèle un bon administrateur. Il s'efforce de moderniser son entreprise. « J'ai arpenté bien des rues à Montréal avec lui, témoigne Rodolphe Lemieux, en faisant la chasse à un outillage efficace mais conforme à ses moyens. Quand il venait inspecter le matériel de la « Presse », il retournait chez lui découragé. « Jamais, disait-il, je ne pourrai me payer ce luxe » (*Le Soleil*, 21 octobre 1905). Ulric Barthe, qui travaille sous ses ordres, dit qu'il était un « organisateur merveilleux, il excellait à faire quelque chose de rien ; je veux dire qu'il avait plus de ressources dans sa tête que d'argent dans sa poche » (1939 : 281). Contrairement à Chapais et à George Stewart du *Mercury*, Pacaud écrit peu. On affirme qu'il « ne sait pas écrire ». Le 20 avril 1900, *La Semaine commerciale* prétend : « ce monsieur n'écrit guère lui-même, dans l'acceptation propre du mot, la grammaire et l'orthographe étant pour lui presque aussi embêtantes que la géographie ». La société L.-J. Demers & Frère, que dirige seul Louis-Joseph depuis la mort de son frère, Alphonse-Eugène, en 1888, est propriétaire et éditeur de l'*Événement*. Demers est d'abord un homme de chiffres. Il a fait des études commerciales et c'est en tant que commis comptable qu'il entre au *Canadien* vers 1874. Il achète l'*Événement* en 1883. Chapais est le propriétaire et directeur du *Courrier du Canada* depuis 1891. Frank Carrel a hérité le *Telegraph* de son père et dirige l'administration et la rédaction. Ancien membre de la tribune de la presse, il ne se désintéresse pas du contenu éditorial. « *News-gathering was and always has been his passion* » (*The Chronicle-Telegraph*, 1939 : 11). Il ne possède toutefois pas la connaissance des rudiments et des techniques de l'imprimerie de son père. « *The founder of the Telegraph took pride in the fact that he was a practical printer* » souligne George Gale (1939 : 4). Après la mort de J. J. Foote

en 1897, propriétaire depuis 1863, le *Chronicle* risque de disparaître. Cependant, un des employés, David Watson, se débat afin de trouver des appuis et que soit constituée une compagnie éditrice (Ross, 1939). La Quebec Chronicle Printing Company est formée en 1898 et le conseil d'administration, présidé par le président de la Banque de Québec, John Sharples, est composé de sympathisants au parti conservateur. Horace Wallis devient l'*Editor* et le *Manager*. Dans une entreprise de presse, le *Manager*, ou gérant, est « le père nourricier » et « l'axe central autour duquel toute l'entreprise pivote dans sa rotation quotidienne » (*Le Soleil*, 19 décembre 1914). C'est lui qui voit au matériel, aux ressources financières, à la trésorerie et à la comptabilité. Watson se voit confier la tenue des livres. George Stewart, qui occupait le fauteuil éditorial depuis 1879, quitte son poste et, en 1898, acquiert le *Mercury*. Il se dit « *editor, printer and publisher* ». Homme de lettres, celui que l'on appelle le « Dr. Stewart » est associé à plusieurs institutions culturelles (Fullerton, 1986).

La « rédaction » des journaux peut n'avoir comme effectif qu'un membre, c'est le cas du *Courier du Canada* où Chapais rédige ou trouve tous les textes requis. Le rédacteur en chef ou le rédacteur, « celui que, écrit *Le Soleil*, les Anglais dénomment le *City Editor*, « dirige la récolte des nouvelles »... Il est le chef d'état major qui assigne à chacun, chaque jour, sa mission, son poste. C'est lui qui centralise toutes les nouvelles recueillies, les juge, les pèse... et ensuite surveille à l'atelier la mise en page » (*Le Soleil*, 19 décembre 1914). Lorenzo Prince est le rédacteur du *Soleil*. Isidore Carrier, qui a débuté comme rédacteur au *Quotidien de Lévis*, s'est joint à l'*Événement* en 1890 et en est le rédacteur. Les rédacteurs sont appuyés par des reporters, Pierre Lépine au *Soleil*, Joseph-Wilfrid Sirois et Édouard Aubé, ancien traducteur au Sénat, à l'*Événement*. À la rédaction du *Telegraph* depuis 1887, Thomas F. Teakle, dont le père avait été le *manager* du *Mercury*, affirme que « *the tang of printer's ink was strong in my blood and I could see no other trade but that of printing* » (1939). Aussi à la rédaction de ce journal, travaille le vétéran *journalist and correspondent*, John A. Jordan, de qui Teakle dit : « *He was a man of many gifted qualities and a born writer, having that culture that there was hardly any subject he was not*

qualified to write upon or editorially discuss » (1939). George Jackson, le *marine reporter*, né en Irlande, était arrivé au Canada tout jeune et était entré à l'atelier du *Mercury* à 12 ans. Plus tard, il se voit confier la chronique maritime du *Chronicle* et il fait sa ronde quotidienne sur les quais. Les membres de la direction et de la rédaction sont regroupés dans la Presse associée de la province de Québec, fondée en 1882 à Québec. Dans l'acte d'incorporation, on spécifie que le but est de « travailler à l'avancement du journalisme ».

Les effectifs des ateliers de composition et d'impression sont sous la direction d'administrateurs, de protes ou de contremaîtres (*foremen*). On appelle alors « administrateur » ou « chef d'imprimerie » celui qui gère les ateliers et ne rend des comptes qu'au propriétaire. Au *Soleil*, Louis Lamontagne, ancien administrateur du *Journal de Québec*, qui, à 71 ans, est le doyen des hommes d'imprimerie et porte une longue barbe blanche fleurie, est l'administrateur de l'atelier des travaux de ville. Le chef d'imprimerie du journal est le prote Hector J. Poitras. À l'*Événement*, Siméon Dugal est le « contremaître typographe » et Félix Marois est le « contremaître pressier ». Au *Telegraph*, le *foreman* est George Gale (il sera plus tard le premier historien de la presse anglophone de Québec). Au *Chronicle*, le *foreman* est Charles Miles Teakle, anciennement du *Quebec Mercury* et frère aîné du *journalist* Thomas du *Telegraph*. Au *Chronicle* depuis 1855 où il entra à l'âge de 11 ans, Pierre Grenier est le « *foreman of the job department* ».

Les conditions de travail sont difficiles. Il faut « besogner dix heures chaque jour, toujours debout à la même place » écrit un ancien typographe (Vachon, 1964 : XXIII). Le maniement des presses est dangereux. On apprend dans *Le Soleil* du 8 octobre 1900 qu'un jeune pressier des ateliers de Brousseau « était à imprimer sur une presse Gordon, quand, en voulant redresser une feuille de papier, il se fit prendre la main droite entre les rouleaux et eut les doigts horriblement écrasés ». Les ouvriers des imprimeries prisent fort la dive bouteille et chiquent le tabac (Gaboury, 1964 : XVII). « *Some of them had the idea that the chewing of tobacco was a preventive against lead poison... Others were pipe smokers, but very few of them would use milk to quench their thirst* » (Fusk, 1939). Les

pénibles conditions n'empêchent pas les ouvriers d'y trouver « du bon temps ». « Il se passait toujours quelque chose de comique dans ces établissements-là autrefois, et malgré un travail ardu nous prenions le temps de rire et l'on ne se gênait pas » (Vachon, 1964 : XXIII).

On peut voir dans le *Mercury* l'emblème de la Typographical Union (pour des raisons que l'on ignore, c'est le seul journal à reproduire cet emblème). En 1893, les unions francophone et anglophone fusionnèrent pour former l'Union typographique de Québec, constituant la section 302 de l'Union typographique internationale de l'Amérique du Nord. De 1895 à avril 1900, le président de l'union de Québec est Edward Jackson fils, typographe du *Chronicle*. À compter d'avril, lui succède Thomas Carter, aussi typographe au même journal. L'union a ses salles dans la halle du marché Montcalm où elle loge sa bibliothèque. On y garde la bannière déployée lors des processions et une statue de Gutenberg (*Le Soleil*, 24 septembre 1932).

LA PRESSE DES ENTREPRISES

La Révolution industrielle transforme les entreprises de presse en les nourrissant de revenus et de techniques. La *Control Revolution* (expression conçue par James R. Beniger (1986)) les met au service de l'industrie et du commerce. La révolution industrielle multipliant et complexifiant les activités économiques, l'augmentation des renseignements et l'accélération de leur transmission deviennent impérieuses pour les nécessités des affaires. Et comme le souligne Beniger (1986 : 433) : « *the Control Revolution was essentially a response to the Industrial Revolution* ». Les journaux, autrefois confinés à leurs rôles d'éveilleurs politiques et sociaux, deviennent d'indispensables outils de la *Control Revolution*. Dans les journaux de Québec en 1900, on trouve des informations sur les heures des trains et des navires, tout ce qui regarde les activités du port y est inscrit, les prix des denrées sur les marchés sont minutieusement notés, les avis officiels et les annonces immobilières bien alignés. Ce sont tous des « éléments de contrôle ». Le journal est devenu un instrument de travail aux mains des gens d'affaires et des

gestionnaires. Comme le chef de gare, le douanier, le banquier, l'entrepreneur de presse devient un « contrôleur » à la solde des activités économiques, participant à la transmission des connaissances nécessaires à la marche des nouvelles structures. L'appui financier des partis politiques et de leurs partisans comptant de moins en moins, la presse des partis se transforme en presse des entreprises.

Nos hommes de presse, à la recherche de revenus, sont tous soumis aux impératifs de la publicité. Même un Chapais, malgré ses nobles idéaux, n'a point les moyens d'imiter un Tardivel qui dans sa *Vérité* du 24 mars 1894 proclamait : « Nous espérons que dans trois ou quatre mois, il n'y aura plus une seule annonce dans nos colonnes. *La Vérité* sera alors le seul journal du pays, peut-être du monde entier, qui ne publie pas de réclames. Les pages consacrées aux annonces nous ont toujours déplu. » Certains annonceurs, principalement les fabricants de remèdes, se permettent d'annoncer sans discernement dans tous les quotidiens, quel que soit le tirage. Cependant la plupart des annonceurs n'en ont pas les moyens et ciblent donc leurs messages. Aucun grand magasin de Québec n'utilise *Le Courrier du Canada*. Zéphirin Paquet annonce son « magasin à départements » dans les cinq autres quotidiens. D'autres privilégient des journaux selon la langue. Ainsi les marchands de fourrures Holt, Renfrew & Co. n'annoncent que dans les trois quotidiens anglais.

La « révolution commerciale » de la fin du XIX^e siècle, la mise en marché de produits manufacturés en série, emballés et identifiés au nom du fabricant, a transformé la consommation et la presse. Les fabricants utilisent les journaux pour atteindre un vaste public sur de larges territoires. Les journaux deviennent vitrines. Les publicités illustrent souvent le contenant. Des fabricants de Québec annoncent leurs produits, notamment M. Timmons & Son, ses boissons gazeuses, ou Miller & Lockwell, son cigare Tod Sloan. Mais ce sont surtout de grandes firmes nord-américaines qui annoncent dans les journaux de Québec par le biais des agences de publicité : les fils Corticelli, le thé Salada, le savon Baby's Own et autres produits. Les fabricants de remèdes, des Carter's Little Liver Pills aux Pilules Rouges, constituent des annonceurs fidèles lucratifs. Afin de s'attirer

et de conserver ceux-ci, les entreprises de presse sont forcés d'agrandir constamment leur rayonnement. Elles qui jusque-là ne s'étaient adressées qu'aux élites à convaincre veulent dorénavant séduire tous les publics. Et, tout comme les produits qu'ils annoncent, les hommes de presse de Québec, principalement les Pacaud et Carrel, enrobent leur journal d'un emballage de plus en plus attrayant : manchettes, nouvelles « sensationnelles », rubriques variées, jeux, illustrations. Leur journal devient un produit de consommation faisant la promotion d'autres produits de consommation. Misant sur de nouvelles techniques et divers attraits, tout en s'appuyant sur des acquis et des héritages, le quotidien de 1900, tendu vers le XX^e siècle, est à la recherche de lecteurs et de consommateurs. « C'était en 1900, écrit Jean Giono (1988), l'époque du futur par excellence ; tout était tendu vers demain. »

Bibliographie

- Baldasty, Gerald J. (1992), *The Commercialization of News in the Nineteenth Century*, Madison, The University of Wisconsin Press.
- Barthe, Ulric (1939), « Souvenirs d'un vieux journaliste », dans *Les quarante ans de la Société historique franco-américaine*, Boston, Société historique franco-américaine, p. 275-283.
- Beniger, James R. (1986), *The Control Revolution. Technological and Economics Origins of the Information Society*, Cambridge, Harvard University Press.
- Buies, Arthur (1893), *Québec en 1900. Conférence donnée à l'Académie de musique de Québec*, Québec, Léger Brousseau.
- De Bonville, Jean (1988), *La presse québécoise de 1884 à 1914. Genèse d'un média de masse*, Québec, PUL.
- Fullerton, Carol W. (1986), « George Stewart, Jr., a nineteenth century Canadian man of letters », *Cahiers de la Société bibliographique du Canada*, 25, p. 82-108.
- Fusk, Vincent A. (1939), « Veteran printer sees many changes in 45 years of service with this paper », *The Chronicle-Telegraph. 175th Anniversary 1764-1939. The Empire's Oldest Surviving Newspaper Enterprise*, p. 14.
- Gaboury, Léo (1964), « Souvenirs d'un ancien qui a passé 26 ans de sa vie à La Semaine », *La Semaine commerciale*, 71, 5 (4 septembre), p. XVI-XVIII.
- Galarneau, Claude (1984), « Les métiers du livre à Québec (1764-1859) », *Les Cahiers des Dix*, 43, p. 143-165.
- Gale, George (1939), « Story of the Quebec Daily Telegraph is saga of early days of journalism », *The Chronicle-Telegraph. 175th Anniversary 1764-1939. The Empire's Oldest Surviving Newspaper Enterprise*, p. 4, 97.
- Giono, Jean (1988), *La chasse au bonheur*, Paris, Gallimard.
- Greater Quebec (1908), Édition du *Quebec Chronicle* (album commémoratif).
- Levasseur, Nazaire (1917), « Souvenirs à la hâte », *L'Événement*, 12 mai, p. 1, 8.
- Mutis, Alvaro (1991), *Le dernier visage*, Paris, Grasset.
- Ross, John T. (1939), « Former President of The Chronicle », *The Chronicle-Telegraph. 175th Anniversary 1764-1939. The Empire's Oldest Surviving Newspaper Enterprise*, p. 47.
- Rutherford, Paul (1982), *A Victorian Authority: the Daily Press in Late Nineteenth-Century Canada*, Toronto, University of Toronto Press.
- Scott, William D. (1900). *The Dominion of Canada, Official Catalogue of the Canadian Section*, Paris International Exhibition.
- Serres, Michel (1992), *Éclaircissements : cinq entretiens avec Bruno Latour*, Paris, François Bourin.
- Teakle, Thomas F. (1939), « Veteran newsman recalls big changes wrought in printing, publishing trade », dans *The Chronicle-Telegraph. 175th Anniversary 1764-1939. The Empire's Oldest Surviving Newspaper Enterprise*, p. 15.

The Chronicle-Telegraph (1939), « Many journalists started careers with this newspaper or it's predecessors », *The Chronicle-Telegraph, 175th Anniversary 1964-1939. The Empire's Oldest Surviving Newspaper Enterprise*, p. 11.

Vachon, S. (1964), « L'imprimerie à la fin du siècle dernier à Québec », *La Semaine commerciale*, 71, 5, (4 septembre), p. XXI-XXV.