Document généré le 16 juil. 2025 19:47

Papers of the Bibliographical Society of Canada
Cahiers de la Société bibliographique du Canada

Le temps des fascicules
Entre pratiques périodiques et pratiques livresques
A History of the Fascicle in Quebec
Exploring the Splendors and Sorrows of a Format

Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren

Volume 60, 2023

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1099116ar
DOI : https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

The Bibliographical Society of Canada/La Société bibliographique du Canada

ISSN

0067-6896 (imprimé)
2562-8941 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Luneau, M.-P. & Warren, J.-P. (2023). Le temps des fascicules : entre pratiques périodiques et pratiques livresques. *Papers of the Bibliographical Society of Canada / Cahiers de la Société bibliographique du Canada*, *60*, 1–38. https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Résumé de l'article

Le format du fascicule a connu, au Québec de l'après-guerre, une popularité fulgurante. Pour tirer tout le potentiel heuristique d'une analyse de ce format, notre article repose sur l'étude attentive du péritexte éditorial d'une quarantaine de fascicules de romans sentimentaux parus entre 1945 et 1963 aux Éditions Police-Journal. Ces romans dits « à dix sous » s'apparentent, d'un côté, à de « petits livres » : chaque livraison comporte une seule histoire, qui se clôt au bout des 32 pages. L'image de marque de l'éditeur, basée sur son expérience, en garantit la qualité… Et pourtant, d'un autre côté, ces objets à couvertures colorées et souples ne cessent de dialoguer avec le magazine, voire en singent les mécanismes. En observant au plus près ces romans sentimentaux très peu étudiés jusqu'ici par les spécialistes, c'est une réflexion sur les formes de l'imprimé populaire au XXe siècle que nous souhaitons lancer.

© Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren, 2023

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Cahiers De La Société Bibliographique Du Canada 60 (2023)

Le temps des fascicules
Entre pratiques périodiques et pratiques livresques

MARIE-PIER LUNEAU
U. de Sherbrooke

JEAN-PHILIPPE WARREN
U. Concordia

Résumé

Le format du fascicule a connu, au Québec de l'après-guerre, une popularité fulgurante. Pour tirer tout le potentiel heuristique d'une analyse de ce format, notre article repose sur l'étude attentive du péritexte éditorial d'une quarantaine de fascicules de romans sentimentaux parus entre 1945 et 1963 aux Éditions Police-Journal. Ces romans dits « à dix sous » s'apparentent, d'un côté, à de « petits livres » : chaque livraison comporte une seule histoire, qui se clôt au bout des 32 pages. L'image de marque de l'éditeur, basée sur son expérience, en garantit la qualité… Et pourtant, d'un autre côté, ces objets à couvertures colorées et souples ne cessent de dialoguer avec le magazine, voire en singent les mécanismes. En observant au plus près ces romans sentimentaux très peu étudiés jusqu'ici par les spécialistes, c'est une réflexion sur les formes de l'imprimé populaire au XXe siècle que nous souhaitons lancer.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Abstract

In post-war Quebec, the fascicle format experienced a meteoric rise in popularity. In order to draw all the heuristic potential from an analysis of this format, our article is based on a detailed study of the editorial peritext of some forty fascicles of sentimental novels published between 1945 and 1963 by the Éditions Police-Journal. On the one hand, these dime novels are comparable to "small books"—each issue generally contains a single story spanning 32 pages. The publisher's branding, ostensibly serves as a guarantee of its quality. On the other hand, these objects with their soft and colourful covers are in constant dialogue with the magazine, often emulating its fundamental mechanisms. Through a detailed analysis of these little-explored romance novels, we hope to inspire a reflection on the popular print formats of the 20th century.

Notices biographiques

Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren sont respectivement professeurs de littérature et de sociologie à l'Université de Sherbrooke et à l'Université Concordia. Ensemble, ils collaborent au projet « De l'amour à 10 sous : le roman sentimental en fascicules au Québec (1940-1965) », financé par le CRSH. Ils ont fait paraître *L'Amour comme un roman. Le roman sentimental au Québec, d'hier à aujourd'hui* (PUM, 2022) et, avec Karol'Ann Boivin et Harold Bérubé, *L'amour à 10 sous. Le roman sentimental québécois de l'après-guerre* (Septentrion, 2023).

———

Les caractéristiques de base de la matérialité de la littérature fasciculaire publiée dans le Québec de l'après-guerre sont connues : ce sont de petits romans couvrant plusieurs sous-genres (espionnage, policier, aventures, sentimental), comptant environ 32 pages, imprimés sur un papier de piètre

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

qualité et exhibant en couverture des images et des titres accrocheurs… Une fois ces quelques éléments énumérés, on saute d'ordinaire rapidement à l'analyse des contenus, se privant de tirer tout le potentiel heuristique d'une étude du format même du fascicule. Là comme ailleurs, une histoire des différentes formes prises par l'imprimé populaire au Québec reste à écrire.

Dans le présent article, nous nous inscrivons dans la démarche de Marie-Ève Thérenty, militant en faveur d'une poétique des supports : nous voulons revisiter le « temps des fascicules », qui aura duré, au Québec, une vingtaine d'années (plus ou moins entre 1940 et 1965). Les travaux récents consacrés à l'histoire du livre au Québec, en particulier la thèse de Caroline Loranger, confirment que c'est dans l'entre-deux-guerres que le roman se détache, au Québec, de la presse périodique. C'est précisément la collection « Le roman canadien », publiée chez Édouard Garand, qui consacre au Québec cette séparation : « À ce titre, conclut Loranger, les "Romans canadiens" pourraient être qualifiés "d'œuvres-frontières", au sens où ils témoignent de ce passage et présentent des caractéristiques formelles empruntant à la fois au genre romanesque et au périodique, plus précisément au magazine[1]. »

Le choix de l'étude des fascicules sentimentaux[2] publiés par les Éditions Police-Journal[3] est justifié, dans la mesure où ceux-ci semblent, *a priori*, présenter tous les attributs du livre — n'eût été de leur format bref et de leurs couvertures de papier. La collection « Roman d'amour », chez P-J, contient en chacune de ses livraisons une histoire autonome qui se clôt sur elle-même (les amoureux sont à peu près invariablement réunis et

---

1 Caroline Loranger, « Imaginaires du "Roman canadien" : discours sur le genre romanesque et pratiques d'écriture au Québec (1919-1939) », thèse de doctorat, Université de Montréal, 2019, p. 186.

2 Notre corpus ne se compose que des romans sentimentaux publiés par les Éditions Police-Journal pour la raison qu'il s'agit d'un corpus négligé par les spécialistes. À ce jour, un seul mémoire de maîtrise a porté sur ces romans, alors que les séries comme « IXE-13 » ont été beaucoup plus finement analysées. Voir Caroline Barrett, « La femme et la société dans la littérature sentimentale populaire québécoise 1940-1960 », mémoire de maîtrise, Québec, Université Laval, 1979, 86 f.

3 Désormais P-J.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

heureux) ; en outre, contrairement au « Roman canadien » publié chez Garand, elle ne présente pas de rubriques d'escorte telles que la chronique « La vie canadienne. Littérature et littérateurs[4] », un supplément qui l'aurait amenée plus clairement sur le terrain des périodiques. En somme, la collection « Roman d'amour » de P-J, parue entre 1944 et 1965, présente des œuvres qui ont l'air de « vrais romans », tout autant que le sont, à la même époque, ceux de Delly et Magali, publiés en livres de poche par des éditeurs québécois comme le Cercle du livre de France et les Éditions de la Revue moderne. Et pourtant, comme le note Jean-Claude Lamy, le format fasciculaire impose une ambiguïté : « Leur périodicité, leur prix, leur mode de commercialisation en font des produits de presse, mais leur origine et leur finalité les rattache à l'univers de l'édition[5]. » Ils se situent quelque part entre le régime médiatique et littéraire. Dans le sillon du numéro thématique de *Mémoires du livre / Studies in Book Culture* consacré aux croisements entre livre et journal, nous souhaitons par conséquent soulever ici la question de « l'autonomie » des fascicules de P-J par rapport aux pratiques de la presse magazine. En insistant sur les mécanismes qui font que la collection « Roman d'amour » reproduit des dynamiques observables dans la presse, nous interrogerons « […] les effets d'hybridation, de contamination et de circularité des pratiques et des discours opérés entre deux systèmes de communication [le livre et le journal] et leurs objets […][6]. »

Reposant sur l'analyse attentive du péritexte éditorial d'une quarantaine de fascicules de romans sentimentaux parus entre 1945 et 1963[7] aux

---

4 Voir par exemple le roman de Mme E. Croff, *Celle qui revient*, coll. « Le roman canadien », Montréal, Éditions Édouard Garand, 1930, p. 31-48.

5 Jean-Claude Lamy, « Fascicule », *Dictionnaire encyclopédique du livre*, volume 2, Paris, Éditions du Cercle de la librairie, 2005, p. 183.

6 Adrien Rannaud, « Le livre et le journal : croisements, prolongements et transformations », *Mémoires du livre / Studies in Book culture*, volume 8, nº 2, printemps 2017. https://doi.org/10.7202/1039695ar.

7 La méthodologie suivante a été appliquée pour la sélection du corpus, puisqu'une analyse exhaustive des quelque 878 fascicules sentimentaux publiés par P-J nécessiterait plusieurs années de dépouillement. Les premiers numéros disponibles dans la « Collection Richard Saint-Germain », conservée au Service des bibliothèques et archives de l'Université de Sherbrooke (P58),

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Éditions P-J, notre article poursuit deux objectifs principaux : en l'absence d'archives éditoriales, nous examinerons de près le discours péritextuel des fascicules, de manière à mieux définir les attributs de ce support. En deuxième lieu, nous chercherons à mieux cerner les rapports de parenté qu'entretient le format fasciculaire sentimental avec le journal et avec le magazine : en tant que petit livre, il ne renonce pas pour autant aux modes de communication avec le lectorat que rend possibles la presse. Une hypothèse se tisse au fil de notre argumentation : avec sa collection « Roman d'amour », l'éditeur P-J exploite plus ou moins subtilement les ressorts bénéfiques que présente pour lui le format du magazine. À la fois divertissement et guide, le « Roman d'amour » en fascicules vient ainsi s'insérer dans une offre médiatique globale qui peut aussi s'accompagner de la lecture de la revue *Histoires vraies*, publiée de 1943 à 1957 par le même éditeur. Cousin très proche du magazine, fils du « Roman canadien » d'Édouard Garand, le fascicule sentimental des années 1940 et 1950 serait ainsi le géniteur du livre d'actualité à 1 $, qui d'ailleurs le supplantera et fera les beaux jours des Éditions de l'Homme au début des années 1960.

Pour le démontrer, nous proposons un parcours en cinq temps. Une première partie nous permettra d'examiner le contexte éditorial global dans lequel se mettent à proliférer magazines et fascicules à partir du début des années 1940, section qui nous conduira aussi à présenter les spécificités de ces formats et de leur mode de distribution. Nous serons ensuite amenés à reprendre pour nous-mêmes les quatre éléments de la matrice médiatique du journal au XIXe siècle tels qu'identifiés par Marie-Ève Thérenty[8], à savoir la périodicité, l'actualité, la collectivisation de

commencent en 1945 et s'arrêtent en 1963. Nous avons donc sélectionné au hasard 2 numéros pour chaque année de publication, corpus que nous avons complété par une dizaine de fascicules où nous avions déjà identifié des éléments de péritexte particulièrement intéressants, ce qui nous donne un total de 40 fascicules, dont la liste est reproduite à l'annexe 1. Le dépouillement complet du paratexte sera possible dans les prochaines années, grâce au projet « De l'amour à 10 sous : le roman sentimental en fascicules au Québec (1940-1965). » Nous remercions le CRSH pour son soutien. Voir : amoura10sous.com.

8 Marie-Ève Thérenty, *La littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIXe siècle*, Paris, Seuil, 2007, 401 p.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

l'écriture et la « rubricité ». Ces éléments fourniront le plan de notre réflexion.

Des petits livres aux allures de périodiques

Du point de vue de l'histoire du livre et de l'imprimé au Québec, les années 1940 sont caractérisées par une ébullition qui favorisera l'essor de nombreux éditeurs; on assistera par ailleurs à une popularité inégalée du magazine. Plusieurs chercheuses et chercheurs ont étudié, avant nous, soit « le temps des éditeurs[9] », soit la montée en force du magazine[10]. Comme le rapporte Adrien Rannaud, les quatre principaux magazines du Québec, soit le *Bulletin des agriculteurs*, *La Revue moderne*, *La Revue populaire* et *Le Samedi* atteignent dans les années 1940 des tirages de 100 000 exemplaires[11]. Il n'est donc pas indifférent de constater que la période des années 1940 aux années 1960 correspond aussi à l'âge d'or des fascicules. Opportunistes ou non, les entreprises qui publient du fascicule chevauchent les mondes de l'édition et de la presse : les Éditions P-J, L'Imprimerie Bernard, les Éditions Simonnel ou les Éditions Populaires publient toutes, à un moment ou l'autre de leur histoire, à la fois des fictions romanesques dans les fascicules et des magazines. Cette stratégie a non seulement l'avantage de leur faire occuper plus de territoire sur le marché, mais leur permet

---

9 Voir Jacques Michon (dir.), *Histoire de l'édition littéraire au Québec au XXe siècle. Volume 2. Le temps des éditeurs 1940-1959*, Montréal, Fides, 2004, 540 p.

10 Voir Marie-Frédérique Desbiens et Denis Saint-Jacques, « Autres temps, autres espaces : la révolution littéraire des années 1940 au Québec. » *Voix et Images*, volume 41, nº 2 (122), hiver 2016, p. 7-10, https://doi.org/10.7202/1036931ar. Voir aussi les travaux de Jocelyne Mathieu, par exemple « "Pour votre bonheur comme pour le mien." Françoise Gaudet-Smet : éducatrice et animatrice à sa manière », *Les Cahiers des dix*, nº 73, 2019, p. 195-234, https://doi.org/10.7202/1067998ar ; « *Le Bulletin des agriculteurs* : pour vous mesdames. L'empreinte d'Alice Ber (1938-1979) », *Les Cahiers des dix*, nº 60, 2006, p. 277-292, https://doi.org/10.7202/045774ar ; « La mode dans le quotidien des femmes : l'apport des magazines », *Les Cahiers des dix*, nº 65, 2011, p. 227-250, https://doi.org/10.7202/1007777ar.

11 Adrien Rannaud, « *La Revue moderne*, creuset de la littérature en régime médiatique dans les années 1950 au Québec », *Cahiers de la société bibliographique du Canada / Papers of the Bibliographical Society of Canada*, volume 55, nº 2, 2017, p. 338.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

également d'amortir les coûts des presses, qui peuvent ainsi tourner et rapporter si les contrats viennent à se raréfier.

Pour la période entre 1940 et 1965, François Hébert a recensé à ce jour 66 éditeurs ayant publié quelque 238 séries qui comptent plus de 11 000 fascicules; il dénombre aussi 16 magazines qui abordent soit les questions relatives au monde du crime, soit celles liées à l'amour et ses complications[12]. Au sein de ce continent, les Éditions P-J se taillent la part du lion, avec 8 séries romanesques totalisant quelque 5 500 fascicules et deux magazines, *Police-Journal* (1942-1954) et *Histoires vraies* (1943-1957). En clair, à lui seul, cet éditeur produit la moitié de l'offre de fascicules romanesques disponible sur les tablettes. Ces imprimés obtiennent des succès de vente sans précédent, les tirages pouvant varier, selon les séries, de 5000 à 30 000 exemplaires[13]. La longévité de P-J est tout aussi remarquable, si l'on considère que les activités de la maison commencent vers 1943 ou 1944 (les sources divergent) avec le rachat, par Edgar L'Espérance, des Éditions du Bavard. Mais, dès la fin des années 1950, on observe un certain déclin. Entre 1965 et 1966 (ici encore, les spécialistes ne s'entendent pas), P-J cesse ses activités.

Il faut noter, contrairement à l'idée reçue, que les fascicules québécois présentent peu d'accointances avec les *pulps* américains ou canadiens. Ceux-ci s'adressent en général à un public adulte, leur contenu étant plus audacieux (certaines publicités garantissent que le fascicule sera posté dans un emballage de papier brun, pour un maximum de discrétion). Surtout, leur nombre de pages est plus important (entre 100 et 120 pages), ils contiennent plus d'un récit par numéro et comportent assez souvent des rubriques diverses (par exemple, des courriers de lectrices et lecteurs), autant d'éléments pour les positionner résolument du côté de la presse

---

[12] François Hébert, *La littérature populaire en fascicules au Québec. Tome 1*, Québec, Les Éditions GID, 2012, p. 12.

[13] En 1945, les Éditions Lanthier prétendaient vendre 126 399 exemplaires de chacun de leurs fascicules mensuels, pour un total d'un million d'exemplaires vendus depuis leur fondation en 1943. Anonyme, « Les romans Lanthier à la portée de tous », *La Tribune*, 30 novembre 1945, p. 8.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

magazine[14]. S'il faut les comparer, les fascicules québécois se rapprochent davantage des romans à dix sous dont le modèle existe autant aux États-Unis (les *dime novels*) qu'en France (certains « romans de gare »[15]). Faisant 13 x 17 cm, ils offrent un récit complet. Or, cette question est cruciale, car elle contribue à détacher ces objets de la presse périodique. Même dans le cas des séries à héros récurrent mettant en vedette un IXE-13 ou un Domino noir, le récit se clôt à la fin, résolvant tous les mystères, au contraire du feuilleton qui laisse le lectorat en appétit au moyen du *cliffhanger*. Leur couverture, quant à elle, les rapproche et les éloigne en même temps du livre. Illustrées, elles réfèrent immédiatement au magazine à un moment où l'édition québécoise n'a pas encore embrassé la mode des couvertures livresques arborant une image (cette pratique n'apparaîtra que dans les années 1960[16]), mais le titre de l'œuvre, spécifiant un contenu unique, de même que la mention de l'éditeur, pointent des pratiques propres au livre. Nous reviendrons un peu plus loin sur ces éléments.

De manière intéressante, ce qui distingue en premier lieu les fascicules des « vrais » romans, c'est leur mode de distribution : non pas les librairies (où l'on vend de « vrais » livres), mais le réseau des kiosques à journaux, des tabagies, des gares, des pharmacies et des restaurants — une caractéristique les assimilant encore une fois à la presse périodique. En tout et partout, les fascicules des Éditions P-J auraient été disponibles dans 2000 points de vente très divers, et lus jusqu'en Nouvelle-Angleterre, au Nouveau-Brunswick et au Manitoba[17]. Même si ce système semble efficace, il demeure étrange que les Éditions P-J n'aient pas encouragé les

---

[14] Voir le site du spécialiste Will Straw, willstraw.com.

[15] Jean Pastureau dresse une liste étourdissante des collections de romans sentimentaux français de 1939 à 1973 dont le rayonnement, on le sait, n'a pas épargné le Québec. Jean Pastureau, « Le bel ailleurs, le bon hier », dans Paul Bleton (dir.), *Amours, aventures et mystères, ou les romans qu'on ne peut pas lâcher*, Québec, Nota Bene, 1998, p. 48-61.

[16] Voir à ce sujet Marie-Pier Luneau et Marie-Ève Riel, « "Je ne dis pas qu'un moche va gêner les ventes, mais…" Le portrait d'écrivain saisi sous l'angle de l'édition », dans David Martens, Jean-Pierre Montier et Anne Reverseau, *L'écrivain vu par la photographie. Formes, usages, enjeux*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2017, p. 201.

[17] Vincent Nadeau et Michel René, « Histoire d'une littérature industrielle », dans *Le Phénomène IXE-13*, Québec, Presses de l'Université Laval, 1984, p. 40.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

abonnements, comme le faisaient alors non seulement tous les périodiques, mais également, auparavant, les Éditions Édouard Garand et, au même moment, les cercles du livre. Cette pratique aurait permis à P-J de stabiliser ses coûts, de réduire les intermédiaires et d'éliminer les retours : on ne peut qu'être surpris par ce choix de stratégie commerciale. Au contraire, à l'instar des éditeurs de « *dime novels* » américains, P-J capitalise sur la figure du « dépositaire », invitant couramment lectrices et lecteurs à y réserver leur exemplaire du prochain roman d'amour. Le message suivant est répété à l'envi : « Le dépositaire de journaux le plus rapproché de chez vous se fera un plaisir de vous réserver votre copie chaque semaine si vous lui demandez[18]. » La grande structure éditoriale que représente P-J est ainsi ramenée à une échelle plus humaine, où l'acheteur peut manifester ses préférences auprès du dépositaire, qui devient, comme l'est le libraire pour une autre clientèle, la pierre angulaire de ce système de distribution. N'empêche que l'absence d'abonnements vient à l'encontre des stratégies de commercialisation des séries populaires qui, comme le note Matthieu Letourneux, sont généralement conçues « […] pour exploiter la variété des réseaux de distribution, suivant une logique d'occupation du terrain et de rationalisation[19]. » Ce n'est qu'à la fin des années 1950, au moment où l'entreprise périclite, que l'éditeur se résout à offrir la possibilité de contourner l'intermédiaire du dépositaire « à la demande de nombreux lecteurs[20] » et de s'abonner afin de recevoir chez soi 52 romans pour 5 $, mais cette ultime démarche n'indique pas que l'initiative ait eu beaucoup de succès.

Qui plus est, l'abonnement aurait permis de garder captive une clientèle susceptible de se montrer volage, puisqu'elle est placée devant une abondante offre éditoriale. La compétition semble féroce, et les éditeurs usent des mêmes arguments pour s'attirer la faveur des acheteuses et

---

18 Michel Darien, *Une femme à l'encan,* Montréal, Éditions Police-Journal, 1957, 4e de couverture.

19 Matthieu Letourneux, *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*, Paris, Seuil, 2017, p. 116.

20 Jacques Marinier, *Un mariage blanc*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1958, 2e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

acheteurs. Par exemple, les Éditions Irène jurent, tout comme les Éditions P-J, publier « les meilleurs romans d'amour sur le marché ».

Figure 1. Jean Dulac, Amour ou vice, Éditions Irène, [s.d.], 4e de couverture.

La dialectique qui s'établit entre les Éditions P-J et leurs concurrents est bien perceptible dans le péritexte éditorial : très tôt, les encarts insérés dans les fascicules insistent sur la supériorité des romans de P-J face à ses épigones. On assiste alors au développement d'une image de marque. De fait, l'éditeur place régulièrement une page publicitaire regroupant les titres

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

de ses séries les plus populaires, précédés de l'impératif : « Lisez chaque semaine les meilleurs romans », en prenant soin d'ajouter : « PJ. Quelque chose de mieux… Pour des milliers de lecteurs, voilà ce que signifie notre marque "Éditions PJ Montréal" sur chacun de nos romans, et cela depuis plus de 14 ans. Quand vous achetez un roman exigez cette marque d'identification et vous ne serez pas désappointé[21]. » Contrairement à l'idée reçue selon laquelle l'éditeur paralittéraire n'accorde aucun soin à ses publications, c'est précisément la qualité de celles-ci qui se trouve à fournir le meilleur argument d'autorité auprès du lectorat. Une publicité parue en 1953 est on ne peut plus limpide quant à la compétition entre les éditeurs — P-J table sur son expérience dans le domaine afin de se donner une longueur d'avance sur ses compétiteurs :

> Ami lecteur, ami lectrice,
>
> La direction des Éditions Police-Journal a décidé de faire de ce mois, le mois du roman d'amour, le meilleur roman d'amour à 10 sous sur le marché.
>
> Voyez votre dépositaire de journaux, demandez-lui le roman d'amour des Éditions Police-Journal. Aucun autre roman ne l'égale.
>
> Vous passerez des heures charmantes à lire nos romans d'amour écrits par les meilleurs auteurs canadiens-français, édités par la meilleure maison d'édition du genre, établie depuis plus de dix ans.
>
> Notre devise : des romans propres, de l'amour sain, une lecture pour tous, le tout dans un cadre vraiment canadien. Voyez en page trois de cette couverture le titre de notre prochain roman d'amour et ne manquez pas de retenir votre copie dès aujourd'hui chez votre dépositaire de journaux.
>
> N'oubliez pas : exigez le roman d'amour des Éditions Police-Journal.

[21] Alain Gilbert, *Le voyage clandestin*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1957, 4e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

La Direction des Éditions Police-Journal[22]. »

On conçoit l'ampleur du défi de l'éditeur populaire, consistant à fidéliser le lectorat à son propre catalogue, dans un monde où tous les produits se ressemblent. Il n'est pas étonnant de voir surgir ici des discours péremptoires qui rassureront la lectrice ou le lecteur dans son choix. En somme, à la façon dont la direction d'un magazine vient, dans son éditorial liminaire, cautionner le contenu du numéro, l'éditeur, ici, « garantit » littéralement le plaisir : « Vous n'aurez pas perdu votre temps si vous éprouvez autant de plaisir à lire ce roman que nous en avons éprouvé nous-même[23]. » Sous cet aspect, la qualité du fascicule ne repose pas sur l'autorité d'une signature auctoriale singulière — ce qui le rapprocherait du livre —, mais bien sur la crédibilité d'une figure tutélaire telle qu'elle se déploie parallèlement dans les magazines[24]. Creusons davantage ces attaches en étudiant les liens entre les fascicules et la matrice médiatique, car les fascicules sentimentaux des Éditions P-J font plus qu'être imprimés sur du papier journal — ils en partagent la périodicité, un certain rapport à l'actualité, la collectivisation de l'écriture et la rubricité.

La périodicité

Tout comme le journal et le magazine, le fascicule paraît de manière régulière. Selon François Hébert, la série « Roman d'amour » de P-J commence en 1944 et paraît hebdomadairement jusqu'en 1947, puis aux deux semaines jusqu'à la fin des années 1950 (date précise inconnue, nº 478). La série « Mon roman d'amour » commence à la suite et devient mensuelle jusqu'à la fin, soit au moins jusqu'en 1963, selon les données

---

22 Pol Roger, *Le charme d'une sauvageonne*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1953, 2e de couverture.

23 Jean Le Bretigny, *Le Survenant amoureux*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1958, 3e de couverture.

24 On peut penser par exemple à la personnalité de Madeleine, qui surplombe dans les années 1920 *La Revue moderne*. Voir 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 *et. al.* [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.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

établies par Richard Saint-Germain[25]. N'adoptant ni le temps rapide du journal, qui se lit au quotidien, ni celui plus distancié de l'almanach[26], le péritexte des séries de P-J les inscrit dans l'horizon hebdomadaire ou mensuel, incitant constamment le lectorat à « lire chaque semaine » ou « chaque mois » telle ou telle série. Dans l'annonce d'un roman qui, malgré sa brièveté, puise allègrement au registre du pathos, P-J formule une injonction d'achat qui ne semble pouvoir souffrir aucun délai : « Mais assez dit sur ce drame d'amour qui vous arrachera des larmes de sympathie pour cette famille italienne des plus sympathiques. Réservez donc immédiatement ce roman d'amour chez votre dépositaire que vous ne manquerez certainement pas de lire et d'aimer[27]. »

À l'évidence, la périodicité de la série « Roman d'amour » reproduit celle d'autres médias. On peut supposer, comme le fait Anne Besson, que les romans publiés sous forme de série participent, à partir de supports multiples, à une synergie médiatique qui constitue, dès le XIXe siècle, « l'essentiel du modèle économique de l'industrie du divertissement[28] ». Cette interconnexion ne saurait advenir sans partage de structures fictionnelles communes, la plus importante de ces structures multi-médiatiques d'expression populaire étant justement les formes à épisodes. Pour la période qui nous occupe, soit l'après-guerre au Québec, les programmes radiophoniques (et tout particulièrement les radioromans) et les périodiques (aux premières loges desquels se trouvent les magazines féminins qui proposent des romans en feuilleton) emmêlent tous à leur

---

25 Richard Saint-Germain, « Le récit populaire au Québec de 1940 à 1960 : premier répertoire des maisons d'édition, des collections, des séries et des titres publiés », mémoire de maîtrise, UQAM, 1989, 283 p. Notons que nous étudions ici tout le corpus de romans sentimentaux publiés par les Éditions P-J, nonobstant les changements de noms des séries.

26 Hans-Jurgen Lüsebrink, « *Le livre aimé du peuple* ». *Les almanachs québécois de 1777 à nos jours*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. Cultures québécoises, 2014, 432 p.

27 Jacques Marinier, *Un mariage blanc*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1958, 3e de couverture.

28 Anne Besson, « Les formes à épisodes, des structures multimédiatiques (parallélisme et interaction des ensembles paralittéraires et télévisés) », *Belphégor, Littérature populaire et culture médiatique*, vol. 1, no 2, juin 2002, dal.ca/~etc/belphegor/vol1_no2/fr.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

manière des motifs et des scénarios similaires à ceux des romans sentimentaux en fascicules[29].

À la fois médiums concurrents et compléments, ces différents supports de la fiction contribuent à assoir la logique du fascicule. La diffusion de téléromans, qui commence au Québec en 1953 avec *La Famille Plouffe*, confirmera le principe d'une périodicité régulière qui relie le fascicule aux autres formes de création culturelle populaire. Dans l'environnement médiatique nouveau de l'après-guerre, le fascicule peut tirer avantage de son format court et de sa parution à un moment précis, comme le dénote cette publicité parue à la fin des années 1950, où P-J reconnaît directement la compétition que représente la télévision. Les fascicules hebdomadaires se glissent désormais dans une semaine scandée par les programmes télévisés.

[29] Plus tard, d'autres formes viendront remodeler les contenus du roman sentimental, tout en lui disputant du terrain : notamment, à partir des années 1950 au Québec, le photo-roman. Sur ce médium, consulter Alexandra Koeniguer, *Autour du roman-photo : de la littérature dans la photographie*, thèse de doctorat, Saint-Étienne, Université Jean-Monnet, 2013, 529 p.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Pour vous Madame . . .

. . . pour vous Mademoiselle . . .

. . . . et aussi pour vous . . . Monsieur

Les Editions Police Journal publient chaque semaine un roman d'amour comme vous aimez lire entre vos programmes préférés de télévision.

PARAÎTRONT BIENTÔT

LE CHEMIN DU VICE

LE BAL MASQUE

LE DIABLE AMOUREUX

Des romans inédits, écrits par des auteurs de chez-nous

De vibrants récits d'amour où le choc des passions, parfois brutal, parfois sentimental, saura vous envoûter.

Vous ne pouvez vous tromper si vous choisissez chez votre dépositaire le roman d'amour des Editions Police Journal

ÉDITIONS PJ MONTRÉAL

Figure 2. Anonyme, Pas d'argent, pas d'amour, 1959, Éditions Police-Journal, 2e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Cette publicité donne raison à Anne Besson, qui pointe la télévision comme « le média qui domine les expressions sérielles, imposant ses possibles spécifiques et dans certains cas ses contenus[30]. » Cette domination s'explique à la fois par sa gratuité (une fois réalisée la dépense du poste de télévision) et par la préséance du visuel sur l'écrit ou sur l'oral dans le champ de la culture populaire, la télévision signant la mort non seulement des fascicules québécois, mais également des radioromans[31].

L'actualité

En plus du premier élément de périodicité, constitutif de la matrice médiatique du journal, le fascicule entretient certains liens avec l'actualité. Comme c'est souvent le cas en paralittérature, la production se trouve en phase avec les saisons et les fêtes, une pratique qui n'est possible que grâce au rythme de publication régulier. Par exemple, *Le plus beau cadeau*, de Paul Verchères, paraît pour le Jour de l'An — on y annonce d'ailleurs aussi *Le Noël de Cow-boys* de la série « Les Aventures de Cow-boys » et *Les Deux bedeaux*, de la série du « Domino noir ». Mais c'est bien à la façon du magazine, qui maintient l'actualité immédiate à une certaine distance, que le fascicule est en phase avec son époque. D'abord, les romans d'amour de P-J présentent un imaginaire franchement moderne qui embrasse l'univers médiatique féminin de l'après-guerre. Se déroulant à Montréal, ils mettent en scène une jeunesse avide de consommation, de plaisirs et de confort. Les femmes travaillent, fument, s'adonnent au flirt. Les hommes conduisent de belles et grosses voitures, voyagent aux États-Unis, mangent des hot-dogs et boivent du coca.

Or, cet imaginaire moderne trouve ses racines et son prolongement au sein même des périodiques publiés par le même éditeur, *Police-Journal* et

---

30 Anne Besson, « Les formes à épisodes, des structures multimédiatiques (parallélisme et interaction des ensembles paralittéraires et télévisés) », *Belphégor*, *Littérature populaire et culture médiatique*, vol. 1, nº 2, juin 2002, dal.ca/~etc/belphegor/vol1_no2/fr.

31 Renée Legris, *Histoire des genres dramatiques à la radio québécoise : sketch, radioroman, radiothéâtre*, 1923-2008, Québec, Septentrion, 2011.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Histoires vraies. Preuve de leur interdépendance, les autrices et auteurs des fascicules publient des extraits de leurs romans dans ces périodiques, et des publicités en faveur de ces périodiques se retrouvent régulièrement dans les fascicules sentimentaux. Insistant sur le monde du crime comme son nom l'indique, *Police-Journal* fournit probablement certaines idées de personnages et de scénarios aux romans sentimentaux, une hypothèse encore plus convaincante dans le cas d'*Histoires vraies*, qui regorge de faits vécus pour les autrices et auteurs en mal d'inspiration… On le sait, le Montréal des années 1940, ville fantasmée de tous les plaisirs, est souvent décrit comme le « Paris » de l'Amérique du Nord[32] : que cet imaginaire des bas-fonds, profond puits d'aventures et de rebondissements, soit exploité par les autrices et auteurs de P-J n'a rien pour étonner. Les séries policières comme *Le Domino noir* ne se priveront pas pour mettre en scène gangsters, contrebandiers et prostituées. Mais que ces mêmes thèmes en viennent à contaminer le roman sentimental, souvent bien plus chaste, atteste de l'ancrage de ces productions dans l'actualité, réelle ou non. Ces romans sont très souvent urbains — le cœur de la ville bat au rythme de ses boîtes de nuit et autres amusements : le roman sentimental lèvera donc, à l'occasion, le voile sur ce monde illicite. Dans *Un oiseau de nuit*, de Pol Roger, le héros a contracté des maladies vénériennes en fréquentant « les poupées » du *Red light* de Montréal. Il tentera de se refaire une vie honorable en se mariant à Louisette, mais la publicité du roman laisse planer le doute : « L'amour honnête est bien fort, mais les amours vénales ne laissent-elles pas certaines traces susceptibles de tout briser[33]? » *Le gigolo pris au piège*, *La danseuse hypnotisée*, *Amour de bandit*, *Femme perdue*, *Plaisirs défendus*, et *La fille du « Red light »* sont autant d'indices péritextuels choisis au hasard au sein des titres qui démontrent un rapport distendu, mais pourtant tangible, à un présent qui est source à la fois de répulsion et d'attraction.

---

[32] Voir Mathieu Lapointe, *Nettoyer Montréal. Les campagnes de moralité publique 1940-1954*, Québec, Septentrion, 2014, 395 p.

[33] Paul Verchères, *La Fille mère*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1950, 4e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

D'autres exemples — la pléthore de soldats qui reviennent de guerre, le motif récurrent du voyage de noces à New York, la hantise du statut de fille-mère — ne viendraient que confirmer cette tendance. Or, un examen même rapide du magazine *Histoires vraies* prouve que ces mêmes thèmes noircissent les pages de cette revue. L'analyse des rapports entre le magazine *Histoires vraies* et le lectorat des fascicules constitue une piste si riche qu'elle mérite qu'on lui ménage une réflexion à part[34]. Contentons-nous pour le moment d'avancer que si les fascicules sentimentaux de P-J sont des objets autonomes pouvant être lus séparément, il y a fort à parier que cet acte de lecture s'est, le plus souvent, inscrit dans une pratique polymorphe consistant à faire dialoguer les chroniques d'*Histoires vraies*, en particulier le « Courrier de Grand'mère Martin » et « L'art de plaire », avec les tourments du cœur tels que les vivaient, parallèlement, les héroïnes du « Roman d'amour ».

La collectivisation de l'écriture

Suivant toujours la matrice établie par Thérenty, la troisième caractéristique que le fascicule partage avec le journal touche à la collectivisation de l'écriture. Certes, la question de l'auctorialité est complexe en paralittérature. Dans le cas de la série sentimentale publiée par P-J, on constate que la mention auctoriale joue moins que le logo éditorial, lequel semble agir, nous l'avons montré, comme véritable caution pour les acheteuses et acheteurs. La série « Roman d'amour » comporte beaucoup plus de fascicules non signés que les autres séries de

[34] Voir Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren, « Participatory Practices in Confession Magazines. Virtual Communities in the 1950s in Quebec, Canada », *Modern Periodical Studies*, vol. 12, no 2, 2021, p. 131-157. « The Best Romance Dime Novels on the (French-Canadian) Market : The Promotional Strategies of Police-Journal, 1944-1963 », *Journal of Popular Romance Studies*, vol. 10, 2021, http://www.jprstudies.org/2021/06/the-best-romance-dime-novels-on-the-french-canadian-market-the-promotional-strategies-of-police-journal-1944-1963/. Voir aussi Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren, « Le brouillage des genres. L'imaginaire réaliste et fictionnel du magazine *Histoires vraies* (1943-1957) », *Belphégor*, 19-2, 2021, mis en ligne le 05 janvier 2022, consulté le 20 janvier 2022, http://journals.openedition.org/belphegor/4239.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

P-J[35], ce qui tend à confirmer qu'au moment de l'achat, c'est d'abord le logo que le lectorat recherche — ce qui ne veut pas dire, évidemment, que la signature, quand elle apparaît, n'influence pas les ventes. On sait toutefois que les pseudonymes des autrices et auteurs sont souvent partagés, ce qui renforce encore l'appartenance à une collectivité, réunie autour de l'éditeur, dont la marque représente le gage de qualité et de plaisir assuré. Ainsi, ce n'est pas la singularité de telle autrice ou auteur que le péritexte éditorial valorisera, mais plutôt, nous l'avons vu, la conformité des contenus, placée sous les auspices d'un éditeur d'expérience.

Les phénomènes de collectivisation de l'écriture seront encore renforcés par l'effet des multiples annonces pour les autres séries envahissant l'espace publicitaire. De tous ces amalgames ressort l'idée de plusieurs autrices et auteurs inscrits dans une écurie, travaillant au bénéfice du *label* éditorial. D'une manière qui ne manque pas d'humour, cette grande collectivité soumise à l'éditeur patriarche se trouve représentée dans un fascicule des aventures de « Diane la belle aventurière ». Dans *L'Assassinat du Père Noël*, l'éditeur Luc L'Espoir, double fictif à peine déguisé d'Edgar L'Espérance, distribue les cadeaux lors de la soirée donnée à Noël pour ses autrices et auteurs de la maison Crimes judiciaires (la compagnie de L'espérance se nomme Imprimerie judiciaire). Les romancières et romanciers vedette réellement publiés chez P-J s'y retrouvent donc pour festoyer, tant Mimi Estival, une autrice de romans rose, que le célèbre Pierre Saurel (pseudonyme de Pierre Daignault), qui se présente en confirmant : « Oui, c'est moi qui conduis notre agent [IXE-13] autour du monde.[36] » Ce collectif d'autrices et d'auteurs se trouve encore représenté dans un autre roman, *Les amours d'une vierge*, mais ils sont cette fois réunis dans les bureaux mêmes de P-J, « rue Lagauchetière, à

[35] Sur 878 titres, 187 ne sont pas signés, ce qui représente 21 % de la série. Sur la question de la signature de ces romans sentimentaux, voir Karol'Ann Boivin et Marie-Pier Luneau, « Qu'ont en commun Mimi Estival, Roxanne d'Avril et Georgette Mars ? Auctorialité et roman sentimental québécois de l'après-guerre (1944-1965) », *Authorship*, vol. 10, nº 1, 2021, *The Cultural Performance of Authorship in Canada*, p. 1-20, https://www.authorship.ugent.be/issue/view/2892.

[36] Gérard Guay, *L'Assassinat du Père Noël*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1959, p. 8.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

l'angle de la rue Wolfe », « à l'heure calme où les ouvriers de l'imprimerie étant partis et les formidables presses étant arrêtées enfin, on pouvait se parler[37] ». Paul Verchères, un pseudonyme, y résume sa discussion avec les autres pseudonymes que sont Hercule Valjean, Jacques Régent et Mimi Estival. Même ludiques, ces représentations fictives du catalogue de l'éditeur renforcent l'idée d'une communauté d'écriture mettant tout en œuvre pour divertir le lectorat.

L'examen des fascicules sentimentaux fait émerger un constat : ce qui caractérise le plus la publicité qui s'y retrouve, c'est la récurrence des annonces pour les autres séries de P-J. C'est donc à dire que l'éditeur ne perçoit pas la lecture de romans sentimentaux comme incompatible avec celle des romans policiers ou d'aventures, et vice-versa, puisque les séries policières et d'aventures contiennent aussi des publicités vantant les romans sentimentaux. Le sondage mené par Sylvie Provost[38] auprès du lectorat de romans populaires dans les années 1940 et 1950 tend à confirmer que l'intuition de P-J à cet égard était la bonne, puisque les lectrices et lecteurs sondés disent avoir lu plusieurs séries (quoiqu'on puisse toujours retourner la relation de cause à effet et supposer que c'est justement à cause des invitations répétées de l'éditeur, que la lectrice ou le lecteur s'est mis à butiner). Si les premiers fascicules consultés publicisent les périodiques publiés par la maison, soit *Police-Journal* et *Histoires vraies*, dès que les autres séries romanesques ont le vent dans les voiles, ce sont d'elles dont on parle en 2e, 3e, ou 4e de couverture. En fin de période, ces publicités envahissent l'espace textuel et reviennent à quatre fréquences au sein d'un même roman, comme en témoigne l'exemple suivant :

[37] Paul Verchères, *Les amours d'une vierge*, Montréal, Éditions Police-Journal, [s.d., 1950], p. 1.

[38] Sylvie Provost, « Avez-vous déjà lu IXE-13, Albert Brien, Guy Verchères…? », *Études littéraires*, vol. 15, no 2, août 1982, p.133-164.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

— Mais non, je vous laisse entendre qu'il ne vous est pas défendu d'espérer. L'espoir n'est-il pas tout dans la vie?
— Lucie, ne soyez pas méchante.
Elle ouvrit lentement la porte de la maison et elle entra puis, entrebâillant la porte, prête à la fermer, elle lui chuchota:
— Téléphonez-moi demain.

Un roman policier unique: "Les Aventures Policières d'ALBERT BRIEN". Achetez-le dès aujourd'hui.

Figure 3. Jeanne Zéphire, Fille contre mère, Éditions Police-Journal, 1960, p. 14.

Dans cet esprit, il est naturel que le mouvement des autrices et auteurs, au sein des différentes séries, soit aussi encouragé : la participation soudaine d'un Paul Verchères ou d'un Pierre Saurel à la série sentimentale peut tirer le lectorat des romans policiers et d'aventures vers le roman d'amour, et inversement, encourager le lectorat entiché de quêtes sentimentales à migrer vers les autres séries signées par ces auteurs. Bien que les romans d'amour soient majoritairement lus par des adolescentes et les romans d'espionnage, comme IXE-13, davantage par des adolescents, le péritexte éditorial tend à encourager une mixité des lectorats, sans trop d'égards à la question du genre sexuel. Ainsi, au sein du péritexte éditorial, tout est mis en œuvre pour accréditer la production des Éditions P-J et rediriger le lectorat vers ses autres séries, concevant le catalogue comme un tout : jamais ne sortira-t-on de cet espace. Pour plus de clarté, l'éditeur en arrive même à numéroter à l'identique toutes ses séries afin que les consommatrices et consommateurs de cette production se repèrent facilement dans leurs achats, comme en témoigne l'avis suivant :

> À l'avenir, pour éviter la confusion chez nos lecteurs et nos dépositaires, toutes nos éditions porteront le même numéro. La semaine prochaine, le numéro 275 paraîtra donc sur les couvertures de :
>
> - La revue *Histoires vraies*

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

- Le roman d'amour
- Les aventures extraordinaires de Guy Verchères
- Les aventures policières d'Albert Brien
- Les exploits policiers du Domino noir
- Les aventures étranges de l'agent IXE-13
- Les aventures de cow-boys

N'oubliez pas, retenez le numéro 275 de chaque série pour ne pas briser votre collection[39].

La « collectivisation de l'écriture » entraîne ainsi, à son extrême, un effet d'atténuation du pouvoir de la signature auctoriale : c'est bien par « numéro », plutôt que par nom d'autrice ou d'auteur, que l'on réservera son prochain roman. Mais l'insistance sur l'importance de bâtir une « collection » est ici intéressante, car elle tend à rehausser la valeur symbolique d'un imprimé qui, *a priori*, en est dénué. En assimilant les fascicules à des objets collectionnables (comme le sont par exemple les *comic books* au même moment aux États-Unis), en invitant le lectorat à les recueillir en un « tout », l'éditeur fait le pari de leur pérennité. Et si l'on collige tous les fascicules des séries qui suivent un même personnage principal, c'est bien un livre qui se trouve créé. La réédition toute récente, par les Éditions de l'Homme, des premières aventures de l'agent IXE-13, publiées en deux volumes[40], concrétise quelque 70 ans plus tard le projet énoncé jadis par P-J.

[39] Paul Roger, *Le martyre d'un néo-canadien*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1953, p. 33.
[40] Voir Pierre Daignault, *Les aventures étranges de l'agent IXE-13*, *l'as des espions canadiens*, tomes 1 et 2, Montréal, Éditions de l'Homme, 2020, 272 p. et 224 p.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

La rubricité

Thérenty invente le néologisme de « rubricité » pour expliciter la façon dont le journal organise et hiérarchise les informations dont il doit rendre compte : « La rubrique, c'est-à-dire l'espace régulièrement assigné à l'intérieur du quotidien à un certain type de nouvelle ou d'écriture, est l'instrument clé de ce système. La rubrique manifeste l'existence d'une temporalité plus pérenne que l'éphémère du quotidien; elle établit une continuité de lecture de numéro en numéro[41]. » *Mutatis mutandis*, le fascicule entretient à sa façon cette logique de la rubricité, et ce, dans le macrocosme comme dans le microcosme.

La division en sous-genres très précis présentant les aventures particulières d'une héroïne ou d'un héros constitue, dans le macrocosme, une façon d'inscrire une certaine rubricité. Tout comme la chronique impose un traitement différent du texte que ne le fait le reportage, la sur-spécialisation du sous-genre de l'aventure et du roman sentimental conduit à un découpage qui ressemble à celui de la rubrique. Ainsi, bien qu'appartenant aux sous-genres sentimental et d'aventures, les séries déclinent leurs règles propres en modulant le contenu selon le héros éponyme. Thérenty insiste sur la vision fragmentée du monde qui résulte de la rubricité, élément qui rejoint une sensibilité exploitée par le marketing moderne. Le caractère hétéroclite de l'objet produit, qu'il s'agisse du journal ou du fascicule, est bel et bien perceptible. Que le péritexte éditorial incite, au sein du roman sentimental, à la lecture des aventures de cow-boys, témoigne éloquemment de cette promotion d'un monde éclaté et fragmenté où se côtoient des objets hétérogènes.

Dans le microcosme, la rubricité s'observe aussi à travers un péritexte éditorial insistant sur la complicité avec le lectorat, l'interpellant même directement. Ces adresses à la lectrice et au lecteur pourraient être considérées comme l'une des rubriques distinctives du péritexte éditorial.

---

[41] Marie-Ève Thérenty, *La littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIXe siècle*, Paris, Seuil, 2007, p. 78.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

L'objet fasciculaire pourrait ainsi être découpé en quatre rubriques : 1) la couverture, contenant l'illustration, le titre du roman et le logo de l'éditeur (mais jamais le nom de l'autrice ou de l'auteur, refoulé à l'intérieur); 2) les publicités; 3) les adresses directes au lectorat; et 4) le texte de fiction.

Les couvertures participent à la fois du livre et du périodique : l'illustration aguichante et le logo de l'éditeur visent à stimuler rapidement l'achat. Reconnaissables au premier coup d'œil, proposant un contrat de lecture clair dans un sous-genre immédiatement identifiable, elles s'apparentent aux couvertures de magazines, qu'elles côtoient d'ailleurs sur les étals des marchands. Pour Jean-Marie Charron, l'iconophilie fait partie intégrante de l'identité du magazine : « Le magazine moderne est la combinaison intime de deux récits qui s'épaulent mutuellement, celui du visuel et celui du texte[42]. » Le soin que les Éditions P-J apportent à l'aspect visuel de leurs publications les situe du côté de « l'iconophilie » : elles embauchent d'ailleurs le talentueux André L'Archevêque, qui produira l'essentiel des dessins publiés dans les différentes séries et dans le magazine *Histoires vraies*. Au plus fort de la production, L'Archevêque crée 9 dessins par semaine : on estime à 5000 la totalité des œuvres qu'il a créées pour le compte de P-J. Spécifiquement, les couvertures de la série « Roman d'amour » mettent en scène des couples, mais très souvent aussi, des femmes seules.

[42] Jean-Marie Charron, *La presse magazine*, Paris, La Découverte, 2008, p. 4.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Figure 4. Jeanne Zéphire, Je veux être aimée, Éditions Police-Journal, 1950, couverture.

Cette mise en scène rejoint encore le topos des couvertures de magazines de la même époque, qui dévoilent souvent, comme le note Adrien Rannaud, « un sujet, principalement féminin et inconnu, [qui] se prête à une activité courante ou quotidienne[43]. » Quant au titre du récit, il est présenté, seul, sur la couverture, ce qui positionne cette fois le fascicule du côté du livre.

La même hésitation identitaire, entre petit livre et imprimé de presse, prévaut dans l'examen des publicités contenues dans les fascicules. Le fait

[43] Adrien Rannaud, « *La Revue moderne*, creuset de la littérature en régime médiatique dans les années 1950 au Québec », *Cahiers de la société bibliographique du Canada / Papers of the Bibliographical Society of Canada*, vol. 55, nº 2, 2017, p. 338.

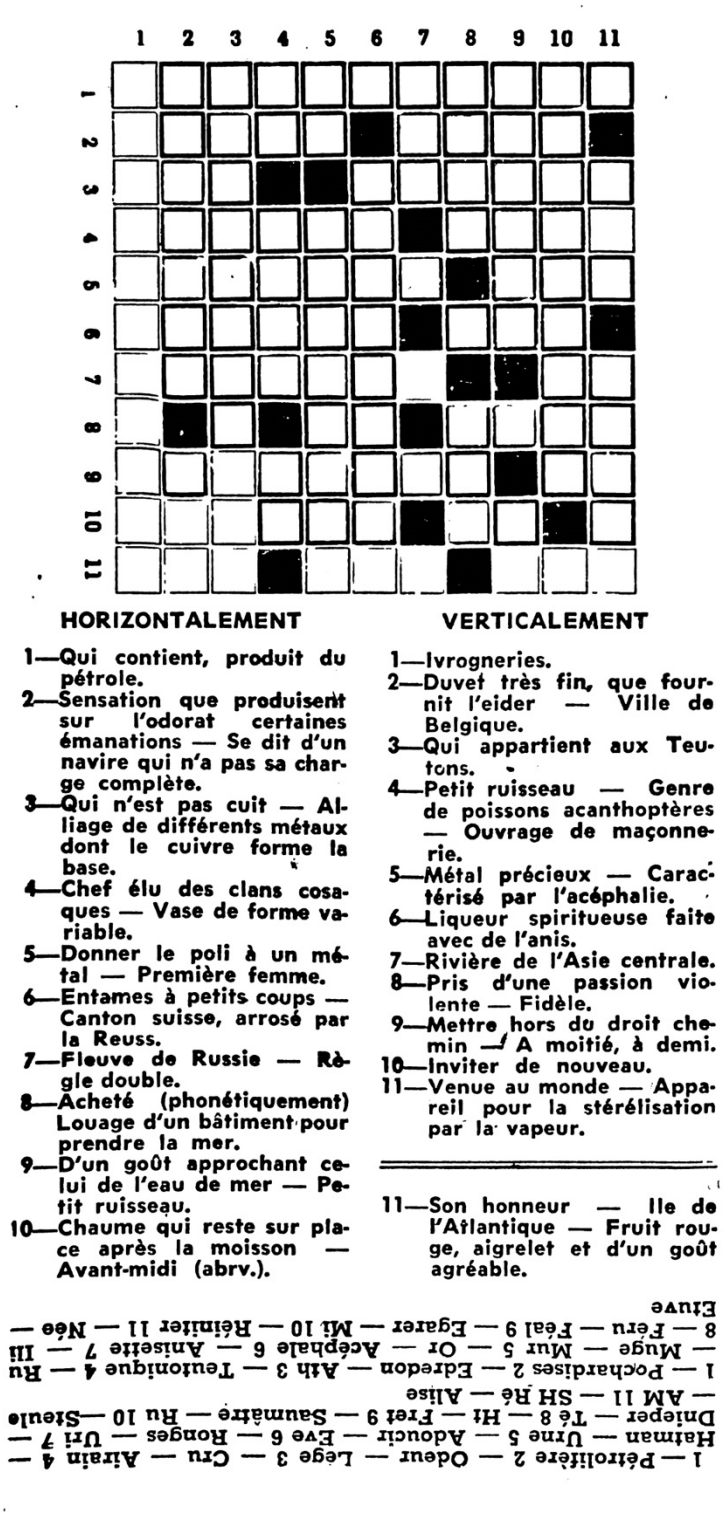
https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

qu'ils incluent des annonces les distingue de la majorité des autres livres, qui comportent, au mieux, une liste des ouvrages parus dans une même collection. D'un autre côté, il est révélateur que, les annonces pour ses propres publications mises à part, P-J ne place dans les fascicules aucune publicité pour d'autres produits (parfums, bijoux, crèmes, savons, produits qui étaient omniprésents dans la collection « Roman canadien » d'Édouard Garand). Ce refus de voir l'objet « contaminé » par un discours publicitaire « externe » assimile les fascicules aux pratiques livresques, qui ont tendance à faire du livre un objet « sacré », c'est-à-dire non-commercial.

Les adresses au lectorat semblent, quant à elles, faire pencher l'objet fasciculaire vers l'univers du magazine. Interpellant directement la « chère lectrice » ou le « cher lecteur », elles ne viennent pas, comme le ferait la préface d'un livre, expliciter le contenu en proposant des axes de lecture ou en contextualisant la publication[44]. Elles semblent plutôt vouées à entretenir un lien de proximité, voire de complicité avec le public, ce qui les rapproche de chroniques comme les courriers que l'on retrouve dans les magazines. Ces adresses peuvent, parfois, être purement récréatives, comme un mot-croisé.

[44] Sur la fonction de la préface, voir Gérard Genette, *Seuils*, Paris, Seuil, 1987, p. 240-296 et Marie-Pier Luneau et Denis Saint-Amand, *La préface. Formes et enjeux d'un discours d'escorte*, Paris, Garnier, 2016, 408 p.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677



HORIZONTALEMENT

1—Qui contient, produit du pétrole.
2—Sensation que produisent sur l'odorat certaines émanations — Se dit d'un navire qui n'a pas sa charge complète.
3—Qui n'est pas cuit — Alliage de différents métaux dont le cuivre forme la base.
4—Chef élu des clans cosaques — Vase de forme variable.
5—Donner le poli à un métal — Première femme.
6—Entames à petits coups — Canton suisse, arrosé par la Reuss.
7—Fleuve de Russie — Règle double.
8—Acheté (phonétiquement) Louage d'un bâtiment pour prendre la mer.
9—D'un goût approchant celui de l'eau de mer — Petit ruisseau.
10—Chaume qui reste sur place après la moisson — Avant-midi (abrv.).
11—Son honneur — Ile de l'Atlantique — Fruit rouge, aigrelet et d'un goût agréable.

VERTICALEMENT

1—Ivrogneries.
2—Duvet très fin, que fournit l'eider — Ville de Belgique.
3—Qui appartient aux Teutons.
4—Petit ruisseau — Genre de poissons acanthoptères — Ouvrage de maçonnerie.
5—Métal précieux — Caractérisé par l'acéphalie.
6—Liqueur spiritueuse faite avec de l'anis.
7—Rivière de l'Asie centrale.
8—Pris d'une passion violente — Fidèle.
9—Mettre hors du droit chemin — A moitié, à demi.
10—Inviter de nouveau.
11—Venue au monde — Appareil pour la stérélisation par la vapeur.

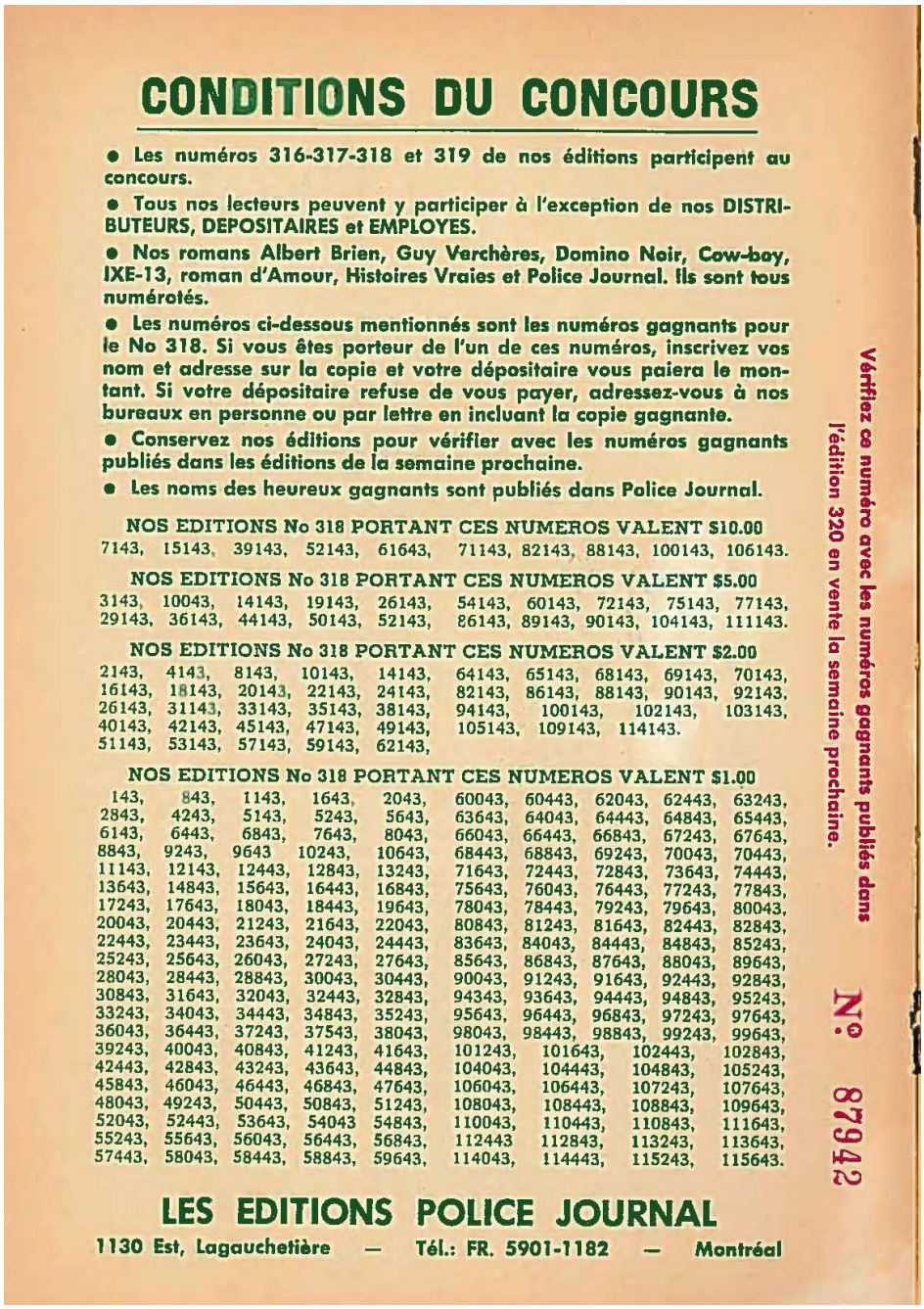
1 — Pétrolifère 2 — Odeur — Lege 3 — Cru — Airain 4 — Hatman — Urne 5 — Adoucir — Eve 6 — Ronges — Uri 7 — Dniepar — Té 8 — Hi — Fret 9 — Saumâtre — Ru 10 — Steule — AM 11 — SH Ré — Alise

1 — Pochardises 2 — Edredon — Aih 3 — Teutonique 4 — Ru — Muge — Mur 5 — Or — Acéphale 6 — Anisette 7 — Ili 8 — Fern — Feal 9 — Egarer — Mi 10 — Réiniter 11 — Née — Etuve

Figure 5. Michel Darien, La belle et la bête, Éditions Police-Journal, 1956, p. 32.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Plus souvent, ces adresses prennent la forme de concours destinés à fidéliser la clientèle.



CONDITIONS DU CONCOURS

- Les numéros 316-317-318 et 319 de nos éditions participent au concours.
- Tous nos lecteurs peuvent y participer à l'exception de nos DISTRIBUTEURS, DEPOSITAIRES et EMPLOYES.
- Nos romans Albert Brien, Guy Verchères, Domino Noir, Cow-boy, IXE-13, roman d'Amour, Histoires Vraies et Police Journal. Ils sont tous numérotés.
- Les numéros ci-dessous mentionnés sont les numéros gagnants pour le No 318. Si vous êtes porteur de l'un de ces numéros, inscrivez vos nom et adresse sur la copie et votre dépositaire vous paiera le montant. Si votre dépositaire refuse de vous payer, adressez-vous à nos bureaux en personne ou par lettre en incluant la copie gagnante.
- Conservez nos éditions pour vérifier avec les numéros gagnants publiés dans les éditions de la semaine prochaine.
- Les noms des heureux gagnants sont publiés dans Police Journal.

NOS EDITIONS No 318 PORTANT CES NUMEROS VALENT $10.00

7143, 15143, 39143, 52143, 61643, 71143, 82143, 88143, 100143, 106143.

NOS EDITIONS No 318 PORTANT CES NUMEROS VALENT $5.00

3143, 10043, 14143, 19143, 26143, 54143, 60143, 72143, 75143, 77143, 29143, 36143, 44143, 50143, 52143, 86143, 89143, 90143, 104143, 111143.

NOS EDITIONS No 318 PORTANT CES NUMEROS VALENT $2.00

2143, 4143, 8143, 10143, 14143, 64143, 65143, 68143, 69143, 70143, 16143, 18143, 20143, 22143, 24143, 82143, 86143, 88143, 90143, 92143, 26143, 31143, 33143, 35143, 38143, 94143, 100143, 102143, 103143, 40143, 42143, 45143, 47143, 49143, 105143, 109143, 114143. 51143, 53143, 57143, 59143, 62143,

NOS EDITIONS No 318 PORTANT CES NUMEROS VALENT $1.00

143, 843, 1143, 1643, 2043, 60043, 60443, 62043, 62443, 63243, 2843, 4243, 5143, 5243, 5643, 63643, 64043, 64443, 64843, 65443, 6143, 6443, 6843, 7643, 8043, 66043, 66443, 66843, 67243, 67643, 8843, 9243, 9643 10243, 10643, 68443, 68843, 69243, 70043, 70443, 11143, 12143, 12443, 12843, 13243, 71643, 72443, 72843, 73643, 74443, 13643, 14843, 15643, 16443, 16843, 75643, 76043, 76443, 77243, 77843, 17243, 17643, 18043, 18443, 19643, 78043, 78443, 79243, 79643, 80043, 20043, 20443, 21243, 21643, 22043, 80843, 81243, 81643, 82443, 82843, 22443, 23443, 23643, 24043, 24443, 83643, 84043, 84443, 84843, 85243, 25243, 25643, 26043, 27243, 27643, 85643, 86843, 87643, 88043, 89643, 28043, 28443, 28843, 30043, 30443, 90043, 91243, 91643, 92443, 92843, 30843, 31643, 32043, 32443, 32843, 94343, 93643, 94443, 94843, 95243, 33243, 34043, 34443, 34843, 35243, 95643, 96443, 96843, 97243, 97643, 36043, 36443, 37243, 37543, 38043, 98043, 98443, 98843, 99243, 99643, 39243, 40043, 40843, 41243, 41643, 101243, 101643, 102443, 102843, 42443, 42843, 43243, 43643, 44843, 104043, 104443, 104843, 105243, 45843, 46043, 46443, 46843, 47643, 106043, 106443, 107243, 107643, 48043, 49243, 50443, 50843, 51243, 108043, 108443, 108843, 109643, 52043, 52443, 53643, 54043 54843, 110043, 110443, 110843, 111643, 55243, 55643, 56043, 56443, 56843, 112443 112843, 113243, 113643, 57443, 58043, 58443, 58843, 59643, 114043, 114443, 115243, 115643.

LES EDITIONS POLICE JOURNAL

1130 Est, Lagauchetière — Tél.: FR. 5901-1182 — Montréal

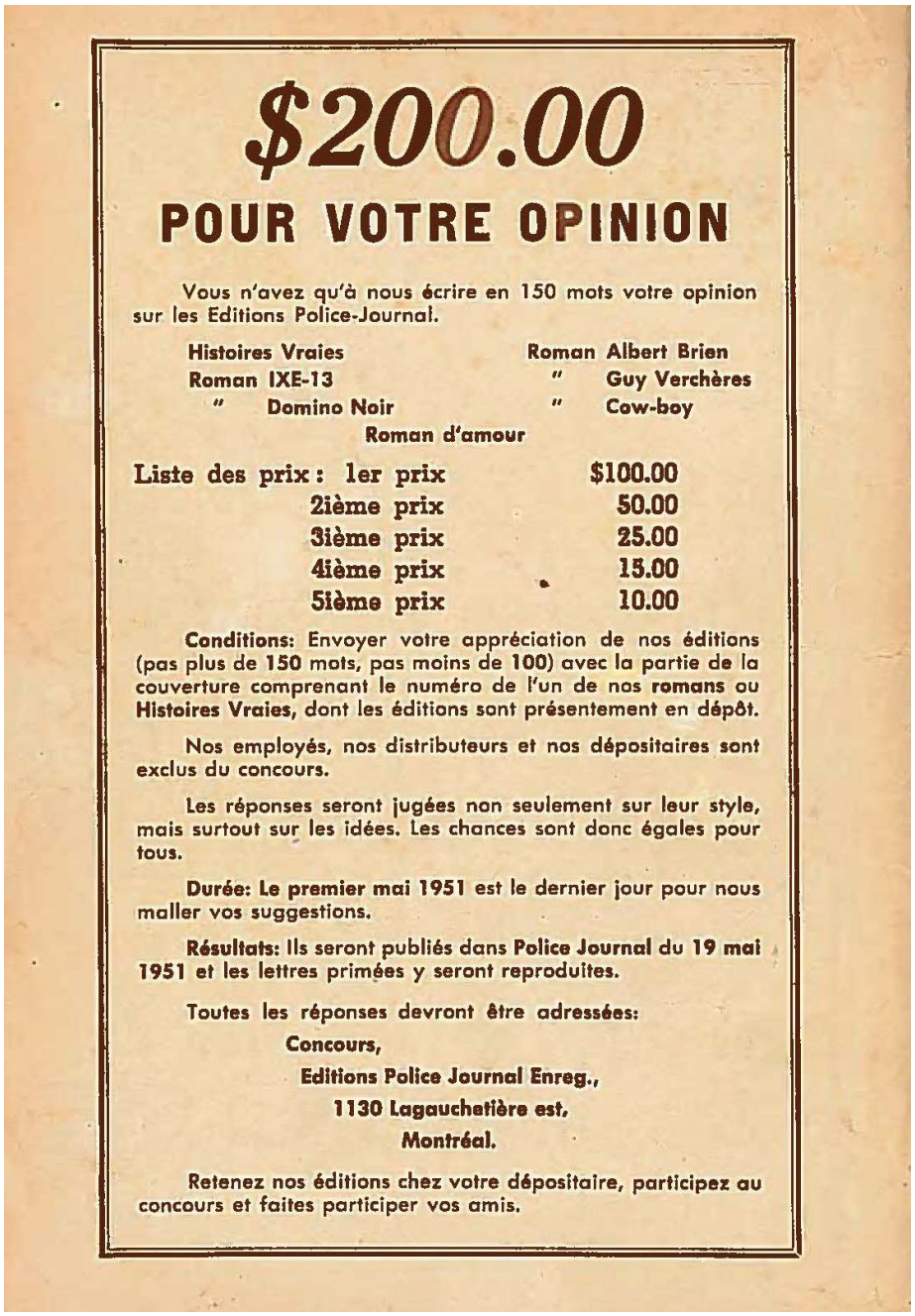
Vérifiez ce numéro avec les numéros gagnants publiés dans l'édition 320 en vente la semaine prochaine.

N° 87942

Figure 6. Michelle Pierre, Cendrillon et son beau prince, Éditions Police-Journal, 1954, 2e de couverture

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

En 1951, un concours sollicite « l'opinion » du lectorat, comme en témoigne la 4e de couverture de *Jarna, la créole*.



$200.00

POUR VOTRE OPINION

Vous n'avez qu'à nous écrire en 150 mots votre opinion sur les Editions Police-Journal.

Histoires Vraies	Roman Albert Brien
Roman IXE-13	" Guy Verchères
" Domino Noir	" Cow-boy
Roman d'amour	

Liste des prix : 1er prix	$100.00
2ième prix	50.00
3ième prix	25.00
4ième prix	15.00
5ième prix	10.00

Conditions: Envoyer votre appréciation de nos éditions (pas plus de 150 mots, pas moins de 100) avec la partie de la couverture comprenant le numéro de l'un de nos romans ou Histoires Vraies, dont les éditions sont présentement en dépôt.

Nos employés, nos distributeurs et nos dépositaires sont exclus du concours.

Les réponses seront jugées non seulement sur leur style, mais surtout sur les idées. Les chances sont donc égales pour tous.

Durée: Le premier mai 1951 est le dernier jour pour nous maller vos suggestions.

Résultats: Ils seront publiés dans Police Journal du 19 mai 1951 et les lettres primées y seront reproduites.

Toutes les réponses devront être adressées:

Concours,
Editions Police Journal Enreg.,
1130 Lagauchetière est,
Montréal.

Retenez nos éditions chez votre dépositaire, participez au concours et faites participer vos amis.

Figure 7. Pol Roger, Jarna, la créole, Éditions Police-Journal, 1951,4e de couverture

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

La pratique est doublement avantageuse ici, car la lectrice ou le lecteur doit fournir une preuve d'achat en joignant une couverture du magazine *Histoires vraies* publié par les Éditions P-J, ce qui a pu mousser les ventes du périodique en même temps que les réponses du concours ont aidé l'éditeur à mieux connaître les goûts et préférences du lectorat.

Ce lien privilégié entre l'éditeur et son public est crucial en littérature de grande diffusion : on sait l'énergie que des éditeurs comme Harlequin consacreront, quelques années plus tard, à multiplier les sondages et *focus groups* auprès de leur lectorat. Non seulement P-J met en œuvre, dès les années 1950, des techniques semblables, mais l'éditeur se montre également très prudent lorsqu'il doit, à son corps défendant, hausser ses prix. La lettre publiée en 1959 justifiant la majoration du prix de vente qui passe de 10 à 12 sous en dit long sur cette volonté de l'éditeur à ne pas rebuter le public. Astucieux, l'éditeur commence d'abord par préciser qu'il publie ses romans au même tarif qu'il y a quinze ans, soit seulement dix sous : « Quels étaient alors les salaires et les coûts des matériaux de production? N'établissons pas des chiffres puisqu'il faudrait doubler et même tripler ces montants[45]. » Rappelant que P-J a réussi le « prodige » de maintenir le prix à 10 sous toutes ces années, l'éditeur lance au lectorat un défi :

> Pourriez-vous faire une liste de produits, de quelque sorte que ce soit, dont la qualité, le volume et le prix seraient les mêmes qu'il y a dix ans? C'est pourtant ce que nous avons réussi, et contrairement à la plupart de nos compétiteurs, qui sont d'ailleurs disparus du marché, nous avons par la bonne tenue de nos éditions, notre régularité à vous servir, et la qualité de nos romans, mérité à juste titre d'être fiers, parce que nous avons gardé la faveur de tous nos lecteurs[46].

[45] Rosette Briand, *La fille du notaire*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1959, 4e de couverture.
[46] Rosette Briand, *La fille du notaire*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1959, 4e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Malheureusement, à cause des hausses « incessantes » de salaires et du coût de fabrication, l'éditeur déclare qu'il est contraint à hausser les prix des fascicules dès la semaine suivante, mais il soutient qu'il peut compter sur la compréhension et l'appui des lectrices et des lecteurs :

> Nous croyons être assurés que tous nos lecteurs comprendront notre situation et qu'en toute considération, cette augmentation est bien légère comparée au coût de la vie actuelle, puisque ce qui se vendait dix sous il y a dix ans se vend à prix doublés aujourd'hui. D'ailleurs ce léger surplus sera en partie redistribué à votre dépositaire et à nos distributeurs, qui eux non plus n'ont pas été épargnés par la hausse continuelle des prix[47].

Ce message est signé « Les Éditions Police-Journal », autre élément qui nous permet de souligner la puissance d'énonciation de ce label éditorial. Fait amusant, le fascicule suivant publie un constat victorieux, remerciant le lectorat pour sa compréhension, alors que l'éditeur pouvait difficilement savoir si le succès des fascicules à 12 sous allait effectivement perdurer. Confiant de remporter la mise, l'éditeur a donc imprimé à l'avance ces lignes : « Merci chers lecteurs, vous avez bien compris notre lettre de la semaine dernière, nous vous remercions de votre appui, nous en étions certains. En retour vous pouvez compter sur notre garantie de continuer à bien vous servir. Éditions P. J[48]. » La franche camaraderie qui s'établit au fil du temps entre P-J et son lectorat n'est pas sans évoquer la posture amicale des chroniques féminines du magazine, telles qu'étudiées notamment par Chantal Savoie[49]. En somme, l'examen du péritexte éditorial des romans sentimentaux de P-J consacre leur hybridité : certes, chaque livraison présente un roman unique, que l'on peut lire comme un petit livre. Dans le même temps, cet objet physiquement très proche du

---

47 Rosette Briand, *La fille du notaire*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1959, 4e de couverture.

48 Anonyme, *Orphelin de guerre*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1959, p. 1.

49 Chantal Savoie, « Femmes, mondanité et culture dans les années 1940 : l'exemple de la chronique "Ce dont on parle" de Lucette Robert dans *La Revue populaire* », *Revue internationale d'études canadiennes*, nº 48, 2014, p. 105-117.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

magazine en respecte la matrice médiatique. Peut-on penser, dès lors, que ces « petits livres » ont simplement détaché le roman du magazine, mais en portent, si on les réinscrit dans leur sérialité, les prescriptions et promesses d'évasion toujours renouvelées des périodiques?

Conclusion

Dans un article fondateur pour la compréhension des fonctions du magazine dans l'histoire du livre au Québec, Adrien Rannaud a montré comment ce médium devient, dans les années 1940 et 1950, le creuset de la littérature « en régime médiatique ». En insistant sur les liens entre les fictions sentimentales, le billet et la chronique mondaine, Rannaud dévoile, avec l'exemple de *La Revue moderne*, « les axes structurants de la culture médiatique au féminin en place dans les années 1950[50] » : adresse à la lectrice, refus des masques et des conventions littéraires, aveu d'une subjectivité assumée, mise en scène du dialogue et de l'espace intime. Sans affirmer que tous ces éléments sont clairement perceptibles dans les fascicules sentimentaux de P-J, force est d'admettre qu'ils en gardent des traces. Si toutefois la lectrice ou le lecteur achètent simultanément *Histoires vraies* et le fascicule sentimental disponible en kiosque, ils se trouvent alors au cœur d'une toile médiatique complète, respectant à la lettre ces axes structurants.

En synthétisant beaucoup, nous pourrions dire que le magazine remplit deux fonctions cardinales : divertir et instruire, et ce, en privilégiant un mode de communication basé sur la complicité avec le lectorat. Que les romans en fascicules divertissent, cela n'étonne pas. Mais qu'ils établissent, au moyen notamment des adresses au lectorat, ainsi que par la représentation d'une grande écurie d'autrices et d'auteurs au service du public, une communication constante avec les consommatrices et

[50] Adrien Rannaud, « *La Revue moderne*, creuset de la littérature en régime médiatique dans les années 1950 au Québec », *Cahiers de la société bibliographique du Canada / Papers of the Bibliographical Society of Canada*, vol. 55, nº 2, 2017, p. 355.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

consommateurs, semble déjà plus inédit. Qu'ils soient enfin promus comme « guides » où le lectorat peut trouver conseil, dans une parfaite négation de leur nature romanesque et donc fictionnelle, est encore plus franchement étonnant. C'est pourtant ce qui arrive dans certaines publicités, comme dans ce résumé du roman à paraître, *Avide de caresses*, de Lyette Maurais :

> Est-il nécessaire que l'homme donne des preuves tangibles de son amour pour convaincre la femme, bien entendu quand il s'agit de fréquentations et non de mariage.
>
> Voilà un problème que beaucoup de jeunes filles ne peuvent résoudre faute d'une forte éducation familiale dans le domaine sexuel.
>
> Autant de questions qui font de ce roman une étude des plus intéressantes pour les jeunes qui se fréquentent[51].

Voilà encore qui confirme d'une autre façon, si besoin était, que le fascicule sentimental de P-J voisine de près le monde du magazine, dont il se nourrit abondamment. Nous avons également avancé que ce format ne nie pas pour autant ses liens naturels avec l'univers du livre par la forte inscription éditoriale axée sur la promotion d'un catalogue, mettant en évidence le nom de l'éditeur et son logo, lesquels supplantent d'ailleurs l'autorité de la collectivité des autrices et auteurs publiés dans ces séries. Mais ce que l'examen du péritexte éditorial confirme, finalement, c'est à quel point la question du « format » reste au cœur des questionnements de l'éditeur paralittéraire.

Au début des années 1960, la production de fascicules s'étiole. Plusieurs indices péritextuels témoignent des difficultés qu'éprouve le format fasciculaire. La périodicité des séries s'allonge : les romans sentimentaux sont même publiés mensuellement. Jusqu'à la toute fin, les Éditions P-J tenteront d'ajuster leurs formats aux demandes du marché. Mais c'est peine perdue : les séries s'interrompent les unes après les autres.

---

[51] Robert de St-Lô, *Amoureux d'une actrice*, Montréal, Éditions Police-Journal, 1958, 3e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Il semble que la demande ait souffert en particulier d'une offre télévisuelle qui ne cesse de croître depuis 1952 et connaît un tournant en 1961, avec la fondation de Télé-Métropole[52]. À un moment où les pratiques livresques et périodiques peuvent de moins en moins être confondues au sein de l'objet roman, P-J doit, pour survivre, arrimer « offre » et « demande » en rapprochant ses publications de l'objet livre tel qu'il est désormais conçu. Les publicités placées par P-J nous montrent alors un déplacement de plus en plus clair vers le support livresque. En fin de période, les séries proposées, tant sentimentales que policières, concernent des romans d'une centaine de pages vendus pour 25 sous, qualifiés d'« aubaines ». L'association entre Edgar L'espérance et Jacques Hébert apparaît dans les publicités, de plus en plus nombreuses, en faveur des livres à 1 $ que publient les Éditions de l'Homme.

[52] Un rapport du ministère des Affaires culturelles explique la baisse de popularité des romans à 0,10 $ par l'avènement de la télévision. *Rapport sur la distribution des périodiques et du livre de poche au Québec*, Québec, ministère des Affaires culturelles, janvier 1973, p. 4.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

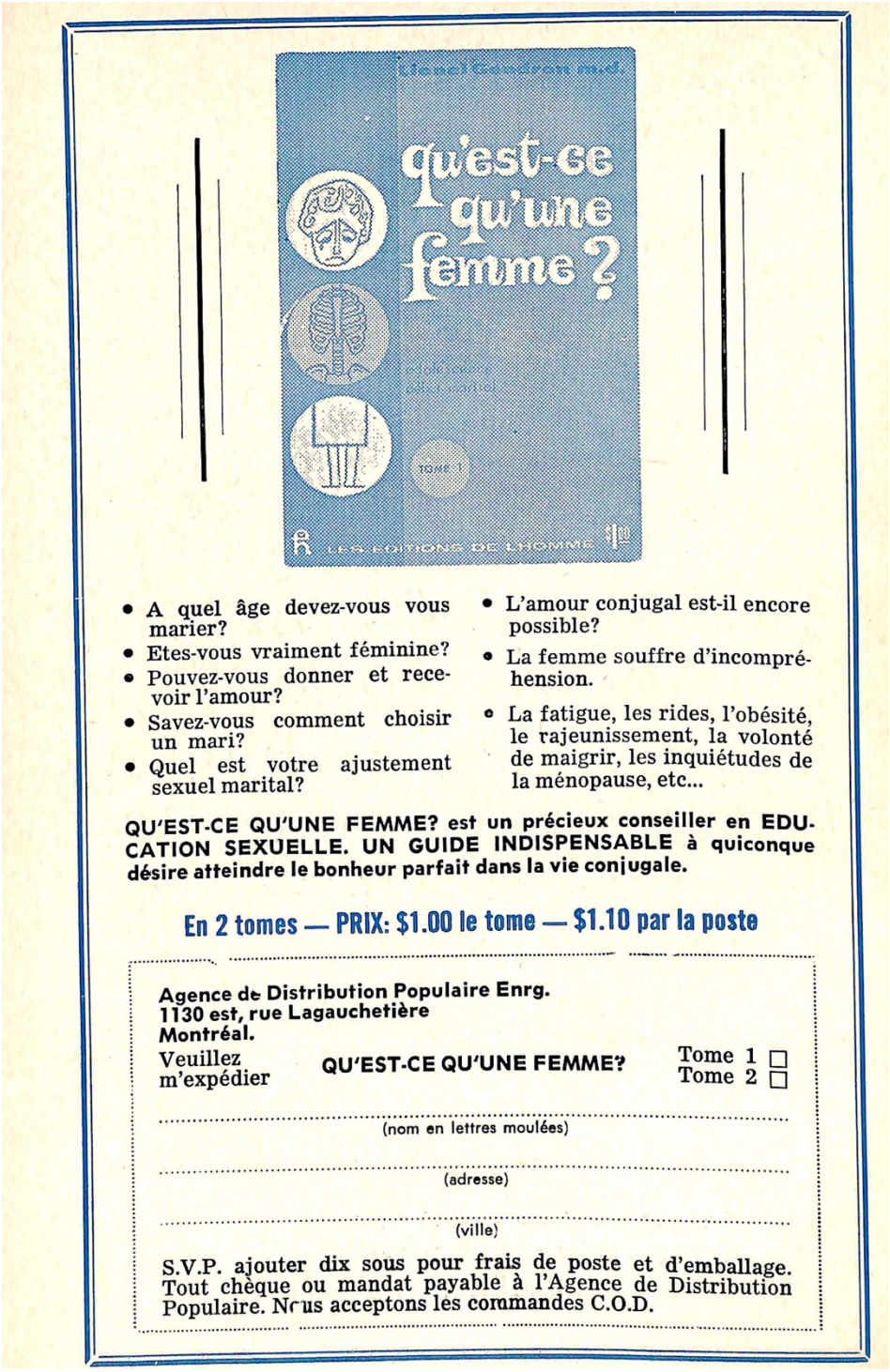


Figure 8. Jeanne Zéphire, La grande demande, Éditions Police-Journal, 1962, 4e de couverture.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Tout se passe comme si, dans les années 1960, le lectorat populaire associait désormais la lecture de romans avec l'univers du livre, en particulier du format de poche. Est-il possible d'avancer que la perte de popularité du roman en fascicules au Québec, au début de la Révolution tranquille, confirme l'effritement des liens entre fiction et presse, qui accompagne la disparition progressive du feuilleton dans les périodiques au Québec comme aux États-Unis? Dans la perspective d'une histoire des formes, il y aura lieu de poursuivre la réflexion en la mettant en lien, comme le proposent Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques[53], non seulement avec l'univers du livre lui-même, mais avec les autres formes de fictions qui se substituent par la suite au roman sentimental, à commencer par la télésérie.

[53] Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques, « Révolution, conversion et disparition. La littérature de fiction dans la presse d'information générale. », *COnTEXTES* [En ligne], 11 | 2012, mis en ligne le 16 mai 2012, consulté le 25 février 2019. URL : journals.openedition.org/contextes/5365 ; DOI : https://doi.org/10.4000/contextes.5365

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

Annexe 1. Liste des fascicules dépouillés. Série « Amour », Éditions Police-Journal[54]

1. LECLAIR, Jacques, *Dilemme délicieux*, 1945.
2. Non signé, *Le réveil de l'amour*, 1945.
3. DESMARAIS, Lucien, *La sirène*, 1945.
4. ESTIVAL, Mimi, *Les deux rivales*, 1949.
5. VERCHÈRES, Paul, *Le plus beau cadeau,* 1949.
6. VERCHÈRES, Paul, *La fille-mère*, 1950.
7. ROGER, Pol, *Les amours d'un viveur*, 1950.
8. ZÉPHIRE, Jeanne, *Marjolaine, la garce*, 1951.
9. ZÉPHIRE, Jeanne, *La belle soreloise,* 1951.
10. ROGER, Pol, *Jarna, la créole*, 1951.
11. ZÉPHIRE, Jeanne, *La p'tite fille à papa,* 1952.
12. ZÉPHIRE, Jeanne, *Barbe-rousse,* 1952.
13. SAUREL, Pierre, *Fils illégitime,* 1953.
14. LEFORT, Robert, *Les sales idées d'un riche*, 1953.
15. ROGER, Pol, *Le charme d'une sauvageonne*, 1954.
16. ROGER, Pol, *La mauvaise mère*, 1954.
17. MARINIER, Jacques, *L'amour en ski,* 1955.
18. Non signé, *La belle Italienne*, 1955.
19. DARIEN, Michel, *La belle et la bête*, 1956.
20. VERCHÈRES, Pauline, *L'argent de la chair*, 1956.
21. DARIEN, Michel, *Une femme à l'encan*, 1957.
22. GILBERT, Alain, *Le voyage clandestin*, 1957.
23. De ST-LÔ, Robert, *Amoureux d'une actrice*, 1958.
24. MARINIER, Jacques, *Un mariage blanc*, 1958.
25. BRIAND, Rosette, *La fille du notaire*, 1959.
26. Non signé, *Orphelin de guerre*, 1959.
27. Non signé, *Pas d'argent, pas d'amour*, 1959.

[54] Tous ces fascicules sont disponibles au Service des archives et bibliothèques de l'UdeS, Collection Richard Saint-Germain, P58, usherbrooke.ca/biblio/archives/trouver-des-archives/archives-privees/p58-collection-richard-saint-germain.

https://doi.org/10.33137/pbsc.v60i1.34677

28. ZÉPHIRE, Jeanne, *Fille contre mère*, 1960.
29. VERCHÈRES, Paul, *Le château du vice*, 1960.
30. ZÉPHIRE, Jeanne, *La veuve capiteuse*, 1961.
31. SAUREL, Pierre, *L'agace-cœur*, 1961.
32. ZÉPHIRE, Jeanne, *La grande demande*, 1962.
33. ZÉPHIRE, Jeanne, *Jeannot, l'efféminé*, 1962.
34. ROGER, Paul, *La maison du bonheur*, 1963.
35. ROGER, Paul, *La sacrifiée*, 1963.
36. ROGER, Pol, *Une nuit scandaleuse*, 1963.
37. SAUREL, Pierre, *L'agace-cœur*, 1963.
38. ZÉPHIRE, Jeanne, *Au diable les hommes*, 1963.
39. Non signé, *Les sales idées d'un riche*, 1963.
40. LOSNIER, Thérèse, *Le Hockey et l'amour*, [s.d.].

Copyright © Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren 2023. Cet article est mis à disposition en libre accès selon les termes de la License Creative Commons Attribution 4.0 International.