

LE SIÈCLE
DE LA PRESSE

CHRISTOPHE CHARLE

LE SIÈCLE
DE LA PRESSE

1830-1939

ÉDITIONS DU SEUIL

27, rue Jacob, Paris VI^e

CE LIVRE EST PUBLIÉ DANS LA COLLECTION
L'UNIVERS HISTORIQUE

ISBN 2-02-036174-4

© ÉDITIONS DU SEUIL, OCTOBRE 2004

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

www.seuil.com

La soumission de l'humanité à l'économie ne lui a laissé que de la haine. Et le progrès a taillé des armes, dont la plus meurtrière : la presse. [...] Le progrès, qui est logique, répondra que la presse n'est finalement rien d'autre qu'une profession qui vit de la satisfaction d'un besoin réel. La presse est-elle un messenger ? Non, elle est l'événement. La presse est-elle un discours ? Non, elle est la vie. Non seulement elle prétend que les vrais événements sont ses informations sur les événements, mais elle arrive à produire cette impression que les événements, et parfois même les conditions de leur possibilité, sont reproduits avant de se produire.

Karl Kraus, *Die Fackel*, 1914.

Ce livre, né d'une entreprise pédagogique commune, est dédié à mes collègues et amis du Centre d'histoire du XIX^e siècle de l'Université Paris-I, Rosemonde Sanson, Maïté Bouyssy et Vincent Robert. Il a profité largement de leur science et de leur passion pour l'histoire d'un objet si paradoxal pour l'historien. Ma gratitude va aussi aux étudiantes et étudiants dont l'écoute attentive a permis d'en améliorer la formulation par rapport à ses premières esquisses *ex cathedra*.

INTRODUCTION

La presse entre histoire sociale, culturelle et politique

Depuis quelques années, les réflexions et les travaux sur l'importance et l'influence des médias dans tous les domaines de la vie contemporaine se sont multipliés¹. Des événements récents l'ont encore illustré avec force, de l'émotion ultra-médiatisée suscitée par la mort accidentelle de la princesse de Galles aux guerres contemporaines (guerres du Golfe, de Bosnie, du Kosovo, d'Irak) aux images manipulées, en passant par tous les faits divers de société dont certains ont suscité des réactions collectives et des mouvements de foule parfois incontrôlables.

Ces jeux de miroirs brisés entre réel et médias, plus fallacieux encore que dans la célèbre séquence des glaces de *La Dame de Shanghai* d'Orson Welles, ne datent pas d'aujourd'hui.

1. Cf. notamment les synthèses de : Frédéric Barbier et Catherine Bertho-Lavenir, *Histoire des médias de Diderot à Internet*, Paris, A. Colin, 1996 ; Jean-Noël Jeanneney, *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Paris, Éditions du Seuil, 1996 ; Marc Martin, *Médias et Journalistes de la République*, Paris, Odile Jacob, 1997 ; Fabrice d'Almeida et Christian Delporte, *Histoire des médias en France de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, « Champs université », 2003. Le débat contemporain a été lancé par Régis Debray et son projet de « médiologie » auquel répond l'approche critique de sociologues comme Pierre Bourdieu (*Sur la télévision*, suivi de *L'Emprise du journalisme*, Paris, Liber, « Raisons d'agir », 1996) et Patrick Champagne (*Faire l'opinion*, Paris, Minuit, 1990).

d'hui. Ils se sont mis en place au long d'une histoire étalée principalement depuis la fin du XVIII^e siècle jusqu'à nos jours. Ce pourrait d'ailleurs être une autre façon, plus réaliste que la date conventionnelle de la fin de l'Ancien Régime, pour désigner l'époque contemporaine. Celle-ci peut être définie comme le moment historique où se tisse un lien étroit entre une société et un ou des médias. À partir de là, par ce (ou ces) média(s), des contemporains potentiels découvrent qu'ils le sont effectivement puisqu'ils lisent (voient ou entendent) simultanément des discours (des images ou des sons) lisibles, visibles ou audibles pour toute une communauté dispersée.

Ce livre de synthèse se propose d'explorer le phénomène central du processus, l'avènement du premier média de masse, la presse. Les journaux vont servir de modèle, et servent d'ailleurs encore en partie de modèle, aux médias plus récents, tout simplement parce que l'écrit, même supplanté par la puissance instantanée de la parole et la force de vérité apparente des images, reste le support initial ou d'accompagnement du son et de l'image. Il convient donc de définir préalablement la périodisation et l'ampleur de la massification des journaux, avant d'aborder les questions de méthode et de découpage.

1830-1939, siècle fondateur

L'année 1830 se justifie comme point de départ, de préférence à la Révolution française, parce que la révolution de Juillet a eu pour origine les ordonnances de Charles X, dont la plus importante suspendait la liberté de la presse périodique. La mobilisation et la protestation des journaux et des journalistes et des milieux politiques libéraux ont été l'étincelle de la révolte populaire victorieuse. Cet embrasement qui a surpris même ses initiateurs a montré l'attachement à cette liberté encore fragile d'écrire et de lire les nouvelles. Cette confronta-

tion entre le pouvoir et la presse n'est certes pas la première du genre. Mais c'est la première fois que les journaux l'emportent sur un pouvoir autoritaire en réussissant une mobilisation politique effective. C'est donc la première fois qu'on peut parler d'un pouvoir médiatique sur les masses, socialement mesurable et politiquement décisif.

Le deuxième événement fondateur se place trois ans plus tard, en 1833. Le nouveau régime adopte la loi Guizot : elle organise pour la première fois, de manière systématique, l'enseignement primaire et jette ainsi les bases de la croissance d'un public de lecteurs nouveaux, au-delà des cercles urbains et lettrés traditionnels qui formaient l'essentiel du public sous la Révolution et la Restauration.

Effectivement, trente ans plus tard, dans les années 1860, temps nécessaire pour qu'une loi d'enseignement fasse sentir ses pleins effets sociaux, se fondent les premiers journaux dits populaires. Ils abandonnent la fonction politique dominante de la presse pour le choix de distraire et d'émouvoir les nouveaux lecteurs, option qu'incarnent toujours les journaux dits tabloïds anglais, si puissants et si critiqués.

Un siècle plus tard se situe la troisième période tournante : les années 1930 correspondent aux débuts de l'utilisation systématique de l'image dans la presse, ce qui en modifie l'impact et anticipe d'une certaine façon sur la télévision actuelle. Dans les mêmes années, se diffusent massivement les récepteurs de radio et commencent les premières expériences de télévision. Ils concurrencent la fonction d'information rapide de la presse, monopole détenu jusque-là par le papier imprimé. Ce double changement est gros du déclin inexorable des tirages des journaux au public le moins exigeant. Ce lectorat qui recherche d'abord la nouvelle instantanée et le fait divers va peu à peu, du moins en France, être captivé par les nouveaux médias d'accès intellectuel plus facile.

Les années 1930 voient également le triomphe du cinéma parlant. Avec les actualités filmées, il remplit le rôle aujourd'hui

dévolu à la télévision et touche principalement le public urbain et populaire, consommateur principal des journaux populaires du XIX^e siècle. Entre ces dates bornes (1830-1939), se dessine donc un cycle complet, d'essor, d'apogée et de prémices du déclin du premier média de masse.

La presse, média de masse

La caractéristique essentielle d'un média de masse est qu'il prétend s'adresser, en principe, à tous les types de lecteurs, d'auditeurs ou de spectateurs. Globalement, son public peut être à l'image d'une coupe sociologique de la population dans son ensemble. Ceci est surtout vrai quand on additionne tous les types spécifiques de journaux ou de canaux d'émission, des plus exigeants aux plus faciles. Bref, les informations, distractions ou éléments de culture qui passent à travers ces médias forment une sorte de lien social coextensif à la population d'une nation donnée. Un média de masse est donc à la fois un enjeu de pouvoir (informer, c'est influencer), un enjeu économique (un journal est une entreprise et un moyen de lutte dans le champ économique par le biais de la publicité), un enjeu social, selon le statut du public qu'il vise, et un enjeu culturel, puisqu'il diffuse ou crée de nouvelles formes culturelles dans un âge d'accélération des modes et de diffusion des savoirs.

Mais il ne faut pas se méprendre sur le mot masse. Il faut lier quantitatif et qualitatif. Penser, par exemple, qu'un journal du XIX^e siècle, parce qu'il tirait, en général, à moins de 100 000 exemplaires, n'avait qu'un faible impact par rapport aux journaux au tirage millionnaire d'aujourd'hui ou aux chaînes télévisées aux millions de spectateurs, c'est sous-estimer les effets induits des circuits invisibles de diffusion.

Au moment de la révolution de 1830, les journaux parisiens tiraient à moins de 50 000 exemplaires, tous titres confondus.

Or leur action, au long des Trois Glorieuses (27, 28, 29 juillet 1830), a mobilisé une population d'environ 10 000 insurgés. Elle a réussi à faire reculer le pouvoir, les troupes et les défenseurs de l'ordre, malgré la modestie apparente des tirages des journaux qui protestent contre le pouvoir en place². De nos jours, quand on retransmet un événement qui met en cause quelques centaines de milliers de personnes devant plusieurs millions de spectateurs, l'effet social n'est guère supérieur, dans la mesure où ces spectateurs restent en général passifs et ne partagent leurs émotions qu'en privé. On a changé d'échelle, mais la force d'impact relative est similaire, voire inférieure aujourd'hui, puisqu'on ne modifie pas réellement le comportement global du public. On l'enferme plutôt dans son éloignement de la scène véritable en lui donnant l'illusion de participer.

Contrairement au discours dominant, et les médias actuels le savent bien puisqu'ils se sentent obligés d'introduire le public dans le dispositif du spectacle lui-même, le décalage entre le public actif et le public passif s'accroît sans cesse : d'où les émissions « face au public » ou l'interrogation d'« hommes et de femmes de la rue » lors de certains événements filmés. Ces acteurs fictifs servent de modèle d'identification au téléspectateur de base, exclu du jeu réel.

Au-delà des aspects quantitatifs, la seconde justification de l'expression média de masse est que la rareté relative d'un bien en accroît le prestige. Or la presse, jusqu'au début du xx^e siècle, malgré la hausse des tirages, reste un bien rare, dans la mesure où elle détient le quasi-monopole de l'information pour l'accès au monde extérieur. Jusqu'en 1914, la majorité de la population française est rurale, donc enracinée dans un territoire étroit. Son lien principal avec l'espace régional et national

2. David H. Pinkney, *The French Revolution of 1830*, Princeton, Princeton University Press, 1972, trad. fr., Paris, PUF, 1988 : au surplus, plus de la moitié des titres était défavorable au mouvement de rébellion.

passer par la lecture de la presse, puisque les habitants des campagnes se déplacent encore très peu. Quand on affirme aujourd'hui que la télévision fait participer chaque foyer au monde, la même assertion vaut, *mutatis mutandis*, jusque dans l'entre-deux-guerres pour la presse, même si le « monde » de l'époque se résumait surtout à la France et à quelques pays d'Europe. Ce rapport au monde médiatisé par les journaux était même plus important qu'aujourd'hui puisque la rapidité et la fréquence des voyages étaient bien moindres pour l'écrasante majorité des lecteurs. Pour eux, le journal occupait une position unique et centrale dans leurs relations au monde extérieur, alors qu'actuellement même les téléspectateurs défavorisés disposent d'autres canaux d'information ou d'occasions de se déplacer.

En troisième lieu, il faut introduire la notion de lecture plurielle et sociale de la presse : chaque lecteur choisit ce qui l'intéresse dans les rubriques du journal. Pour transférer le vocabulaire télévisuel dans le passé, il « zappait » entre les colonnes et les rubriques en fonction de ses centres d'intérêt. À la fin du XIX^e siècle, un clivage classique réserve la partie politique du journal aux hommes et le feuilleton aux femmes³. L'autre forme de lecture plurielle de ces années de rareté du papier imprimé réside dans le fait qu'on se passe le journal dans un cercle de connaissances ou bien qu'on le lit dans des lieux collectifs (cafés, cercles, « chambrées », associations). Ainsi on le commente entre amis ou dans la famille, comme aujourd'hui on discute à partir de certaines émissions remarquées au foyer, au bureau, à la cafétéria, dans la cour de l'établissement scolaire ou à l'atelier. On retrouve là des modèles d'agrégation et de confrontation des opinions par rapport à une offre d'information transférée dans d'autres médias de masse plus récents.

3. Anne-Marie Thjesses, *Le Roman du quotidien. Lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, Paris, Le Chemin vert, 1984, p. 19 (n. éd. Paris, Éditions du Seuil, « Points », 2000).

En quatrième lieu, ce qui va contribuer à l'essor et au succès social de la presse, ce sont les rubriques transversales aux publics et aux groupes sociaux spécifiques : le feuilleton (formule que les médias audiovisuels ont décalquée), le sport (aujourd'hui aussi, les émissions les plus regardées relatent les événements sportifs), les faits divers spectaculaires (les nouvelles télévisuelles les plus fortes ou les plus mises en valeur sont également celles-là). Pour reprendre un événement d'ordre théoriquement politique : on a sans doute passé plus d'heures à la télévision sur les secrets de la mort de François Mitterrand ou les événements hors du commun de sa vie privée que sur les aspects politiques de son action. La presse populaire du XIX^e siècle a, elle aussi, décollé grâce au fait divers, de préférence tragique, qui introduit l'émotion dans le quotidien, alors que la politique, fonction initiale de la presse, introduit la zizanie, le trouble et la division dans l'esprit public.

En cinquième lieu, plus les tirages augmentent, plus les capitaux, les moyens techniques et les circuits de diffusion nécessaires à la production d'un quotidien deviennent complexes et coûteux, plus la presse s'éloigne de l'artisanat et se confond avec la grande industrie, ce qui en fait une branche économique comme une autre⁴. À l'orée du XX^e siècle, elle produit un bien de consommation de masse qui arrive en seconde position derrière les biens alimentaires et textiles par son usage quotidien. Les capitaux engagés sont si considérables que la presse tombe progressivement sous l'influence des forces économiques. Un journaliste boulevardier de la Belle Époque en tire la conclusion désabusée :

Le rôle de la presse n'est pas comme on l'a cru jusqu'à présent de défendre des opinions ou de propager certaines doctrines. Il

4. Sur ce thème, voir Jacques Marseille et Patrick Eveno (dir.), *Histoire des industries culturelles en France XIX^e-XX^e siècles*, Paris, Association pour le développement de l'histoire économique, 2002.

consiste simplement à vendre le plus cher possible le plus grand nombre d'exemplaires, à insérer à sa quatrième page des monceaux de réclame et à induire le public dans des affaires véreuses ou lucratives, ce qui se tient⁵.

L'information passe alors au statut de marchandise soumise aux règles de la rentabilité capitaliste. Cette logique marchande pousse à la concentration des journaux les plus importants et, d'autre part, marginalise progressivement les journaux qui obéissaient au modèle antérieur d'organe d'opinion au public relativement étroit. À mesure qu'ils perdent leurs lecteurs, ils doivent être subventionnés de manière officielle ou officieuse, soit par des institutions (partis, syndicats, État), soit par des entreprises, des groupes de pression ou des gouvernements. Prolifèrent alors la corruption, les chantages ou les scandales qui émaillent l'histoire de la presse de la Troisième République. Ainsi l'histoire de la presse reflète-t-elle la plupart des transformations du XIX^e et du XX^e siècle.

Trois approches

Étudier la presse dans le siècle considéré suppose donc de marier au moins trois approches, celle de l'histoire sociale, celle de l'histoire culturelle et celle de l'histoire politique. Il faudrait ajouter aussi l'histoire économique dans la mesure où les journaux sont de plus en plus des entreprises comme les autres⁶. Mais, outre que cet aspect est relativement connu, la plupart des journaux sont encore des entreprises assez fragiles.

5. Cité par André Billy et Jean Piot, *Le Monde des journaux. Tableau de la presse française contemporaine*, Paris, G. Crès, 1924, p. 228.

6. C'est la perspective développée par Patrick Eveno dans *L'Argent de la presse française des années 1820 à nos jours*, Paris, Comité des travaux historiques et scientifiques, 2003.

Aussi l'historien dispose-t-il rarement d'archives d'entreprise permettant une véritable étude de la gestion économique.

La presse comme objet de l'histoire sociale

On peut reprendre ici les catégories traditionnelles de l'émission et de la réception ou de l'offre et de la demande. Le succès d'un journal, gage d'un tirage suffisant et régulier pour qu'il survive, repose sur la rencontre entre un groupe de rédacteurs – parfois même d'auteurs pour la presse la plus littéraire – et un groupe de lecteurs qui se reconnaissent dans le message et la vision du monde transmis par ce groupe de rédacteurs. Cette action est à double sens. Dès le XIX^e siècle, le public devient un acteur dans le processus de confection du journal à travers les remarques envoyées par le courrier, les libres opinions des lecteurs les plus illustres, les abonnements ou désabonnements et le chiffre des ventes. Tous ces facteurs varient selon les conjonctures et peuvent transformer l'impact et la physionomie d'un journal.

Il reste une difficulté insurmontable : pour définir ou évaluer le public d'un journal spécifique, on ne dispose pas de données très précises comme celles que fournissent les enquêtes actuelles des instituts de sondages qui classent les médias en fonction de la composition socioprofessionnelle de leur lectorat pour que les annonceurs publicitaires puissent cibler leurs publicités. Force est de se rabattre sur des indices indirects : le prix au numéro, la part des abonnés, la répartition de la diffusion entre marché national, régional ou local, les types de rédacteurs qui interviennent dans le journal, le degré de personnalisation des signatures, le contenu et le style des publicités, la part de la politique, des nouvelles générales, du sport, des photos, etc. Ces choix renvoient, au moins, à la représentation que se font les rédacteurs du public qu'ils visent. On peut aussi, voie complémentaire, étudier les journalistes eux-mêmes en tant que groupe professionnel et déterminer, en fonction de leur forma-

tion, de leur milieu social et de leur destinée professionnelle ⁷, le caractère exclusif ou non de leur clientèle, puisque ces variables sociologiques déterminent le style d'écriture et le projet social et culturel du journal.

La presse comme objet de l'histoire culturelle

L'approche culturelle était déjà présente dans la perspective précédente, dans la mesure où ce qui définit un public de lecteurs, outre les grandes variables sociales (sexe, âge, profession, résidence), tient à des traits culturels : son niveau d'instruction, son type de formation, ses goûts esthétiques, ses options morales et religieuses, etc. Pour répondre à ces questions, l'historien de la presse doit se contenter également de déductions indirectes à partir du support, sachant cependant que le support dépend de contraintes techniques (coûts du papier, de l'impression, possibilités ou non d'illustrations) et de temps (délais de fabrication et d'acheminement, périodicité du journal). Elles permettent de jouer ou non sur les attraits spécifiques de telle ou telle présentation pour attirer tel ou tel type de lectorat.

Les quotidiens du XIX^e siècle frappent le lecteur d'aujourd'hui par l'austérité de leur présentation au regard des maquettes attrayantes actuelles. Il est toutefois significatif qu'à partir du moment où la presse a tâché d'être populaire, elle a cherché à utiliser les atouts esthétiques du visuel à côté du seul usage de l'écrit, par l'intermédiaire de suppléments illustrés, d'affiches pour le lancement des feuilletons, du jeu sur les titres et, plus tard, sur les photos et la couleur dans le texte. En effet, au XIX^e siècle, la lecture populaire est un phénomène encore minoraire et d'acquisition récente alors que la culture populaire qui

7. M. Martin, *op. cit.* ; Christian Delporte, *Les Journalistes en France 1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Paris, Éditions du Seuil, « XX^e siècle », 1999.

précède le journal était une culture essentiellement visuelle : les images d'Épinal, les livres illustrés de colportage, les images religieuses, les « canards », etc. Les nouveaux lecteurs ont besoin de cette aide à la représentation d'autant que souvent le journal est lu à haute voix par un tiers.

L'approche culturelle ne se limite pas à cette étude de la stratification des goûts du public. Elle doit aussi étudier la forme même des messages, le choix des titres, la part des différentes rubriques et leur évolution, l'influence des modes esthétiques ou littéraires externes dans l'évolution du style de rédaction et l'effet sur le lectorat de ces changements. Ce second aspect culturel est évidemment plus facile à analyser à travers la presse non quotidienne. Celle-ci laisse une part plus grande à l'illustration, à la mise en page, au souci de la forme et traduit plus fidèlement les grands mouvements culturels du temps. C'est pourquoi, on ne se limitera pas dans ce livre aux journaux *stricto sensu*. On abordera aussi les grandes revues culturelles, les petites revues d'avant-garde et les formes de presse spécialisées (féminine, sportive, de vulgarisation notamment), très importantes pour comprendre les transformations intellectuelles et sociales des divers publics du temps.

La presse doit être envisagée aussi non pas seulement comme le reflet passif d'une demande ou d'une offre externe mais comme un instrument actif de la construction de la culture du temps. Avec le feuilleton, par exemple, la presse a inventé un genre littéraire et un style d'écriture nouveaux qui ont fait la fortune de certains auteurs populaires. Ce faisant, elle a aussi enchaîné la littérature à certaines contraintes qui ont permis à Sainte-Beuve de parler de « littérature industrielle »⁸. Une autre création de la culture journalistique propre au XIX^e siècle est le fait divers. C'est une intrusion déformée de la vie sociale dans

8. Sainte-Beuve, « De la littérature industrielle », *Revue des Deux Mondes*, 1839, repris dans *Portraits contemporains*, Paris, Didier, 1855, p. 484-504.

le journal, dérivée du « canard » de la littérature populaire puis mise en récit propre qui a nourri l’imaginaire et la littérature des deux derniers siècles, de Stendhal à Simenon, du mélodrame au feuilleton télévisé⁹. Enfin, dernières rubriques capitales sur le plan culturel, la chronique et la critique servent de filtres entre l’offre culturelle et le public et deviennent un enjeu de pouvoir intellectuel à mesure que le journal ou la revue gagne en audience. Ces quelques exemples montrent la diversité des analyses possibles du contenu de la presse dans ses différentes rubriques.

La presse comme enjeu politique

Avec cet enjeu, nous retrouvons le point de départ du livre ouvert sur 1830 et le lien entre la crise politique et le rôle des journaux. C’est la fonction première des journaux, puisque l’explosion de la presse commence avec la libération de l’espace public lors de la Révolution ou de chaque grand changement politique du XIX^e siècle. Instruments de lutte pour le pouvoir, les journaux sont pris dans tous les combats politiques de ce siècle d’avènement de la politique libérale et démocratique. Il n’est pas question cependant de suivre toute l’histoire politique de la presse : cela reviendrait à faire une histoire politique tout court. On se limitera à l’examen de quelques grandes ruptures : la révolution de 1848, la fin du Second Empire, l’affaire Dreyfus, la guerre de 1914, les scandales des années 1930. On pourra ainsi relier l’évolution du rôle politique de la presse, le changement politique et celui des journaux. Longtemps presse d’opinion, les quotidiens ont servi d’organes aux divers partis non encore organisés en structures durables. Avec la naissance

9. Cf. Anne-Claude Ambroise-Rendu, *Les Faits divers dans la presse française du XIX^e siècle. Étude de la mise en récits d’une réalité quotidienne (1870-1910)*, thèse d’histoire, sous la direction d’Alain Corbin, Université Paris-I, 1997 ; Marine M’Sili, *Le Fait divers en République. Histoire sociale de 1870 à nos jours*, Paris, CNRS Éditions, 2000.

d'une presse populaire et d'information apparemment apolitique, cette première fonction s'est trouvée concurrencée d'autant que, à la même époque, des partis, des syndicats et des organisations de masse se mettent en place. La fin des contraintes politiques sur la presse et le poids croissant des facteurs économiques modifient les rapports de la presse et du pouvoir. Officiellement, ce dernier ne cherche plus à influencer les journaux. Toutefois, il peut profiter de leurs faiblesses financières pour les corrompre plus ou moins directement. Ce phénomène s'accroît sous la Troisième République lorsque la presse d'opinion entre en crise quand elle n'est pas soutenue par un milieu socioculturel conséquent et fidèle. Inversement, certains groupes économiques peuvent chercher dans la presse un moyen d'accès à la sphère politique, en dehors du jeu électoral et parlementaire. Cette double pression mine peu à peu la confiance que le public peut faire aux journaux quand un certain nombre d'affaires mettent au jour ces empiètements douteux. La crise de la presse des années 1930 participe ainsi de la crise politique générale de la période et de l'essoufflement du modèle républicain des années 1880. Elle répond donc aux interrogations contemporaines évoquées d'entrée où des thèmes analogues envahissent le débat public.

Histoire sociale de la France au XIX^e siècle
Seuil, 1991, n. éd. augmentée, 2001

Éditeur (avec Edwin Keiner et Jürgen Schriewer) de
Sozialer Raum und akademische Kulturen.
Studien zur europäischen Hochschullandschaft
im 19. und 20. Jahrhundert

À la recherche de l'espace universitaire européen.
Études sur l'enseignement supérieur aux XIX^e et XX^e siècles
Francfort, Peter Lang, 1993

Éditeur de
Histoire sociale, Histoire globale ?
Actes du colloque de l'IHMC,
Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1993

La République des universitaires (1870-1940)
Seuil, 1994

A Social History of France in the 19th Century
Oxford, Providence, Berg International, 1994

Histoire des universités
(en collaboration avec Jacques Verger)
Presses universitaires de France, « Que sais-je ? », 1994

Les Intellectuels en Europe au XIX^e siècle
Essai d'histoire comparée
Seuil, « L'Univers historique », 1996 ;
2^e éd. augmentée, « Points Histoire », n^o 291

Paris fin de siècle
Culture et politique
Seuil, « L'Univers historique », 1998

Éditeur (avec J. Lalouette, M. Pigenet et A.-M. Sohn) de
La France démocratique
Mélanges en l'honneur de Maurice Agulhon
Publications de la Sorbonne, 1998

La Crise des sociétés impériales, 1900-1940
Allemagne, France, Grande-Bretagne
Essai d'histoire sociale comparée
Seuil, « L'Univers historique » 2001

En collaboration

Dictionnaire des parlementaires français (1940-1958)
La Documentation française, 1988, 1992, 1995, 3 vol.

Éditeur avec Daniel Roche de

Capitales culturelles, Capitales symboliques,
Paris et les expériences européennes XVIII^e-XX^e siècle
Publications de la Sorbonne, 2002

Éditeur de

Capitales européennes et Rayonnement culturel,
(XVIII^e-XX^e siècle)
Éditions Rue d'Ulm, 2004