



HAL
open science

La vulgarisation historique : un genre éditorial à la dérive, du XIXe siècle à l'entre-deux-guerres

Jean-Charles Geslot

► **To cite this version:**

Jean-Charles Geslot. La vulgarisation historique : un genre éditorial à la dérive, du XIXe siècle à l'entre-deux-guerres. Cahiers d'histoire du Cnam, 2024, 19 (2), pp.75-94. halshs-04832968

HAL Id: halshs-04832968

<https://shs.hal.science/halshs-04832968v1>

Submitted on 12 Dec 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La vulgarisation historique : un genre éditorial à la dérive, du XIX^e siècle à l'entre-deux-guerres

Jean-Charles Geslot

Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines,
Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines

Résumé

La vulgarisation historique prend son essor dans le monde de l'imprimé au XIX^e siècle. Elle est portée par des éditeurs soucieux de profiter de l'intérêt d'un public de plus en plus large pour le passé, et qui la déclinent sous la forme de périodiques et de livres aux formats variés. À partir des années 1860-1870, le genre s'institutionnalise et les collections se multiplient. Auteurs et éditeurs marqués politiquement à l'extrême-droite investissent particulièrement ce secteur éditorial dont le succès ne se dément pas jusqu'à l'entre-deux-guerres. Cette orientation idéologique et mercantile est perçue comme la dérive d'un genre pourtant né d'un idéal d'édification, et suscite l'hostilité durable des historiens professionnels.

Mots-clés : Histoire ; vulgarisation ; édition ; culture ; lecture.

Abstract

The popularisation of history took off in the printed world in the 19th century. It was driven by publishers keen to capitalise on the growing public interest in the past and took the form of periodicals and books in a variety of formats. From the 1860s and 1870s onwards, the genre became institutionalised and collections proliferated. Authors and publishers with far-right political leanings were particularly active in this publishing sector, which remained successful until the inter-war years. This ideological and mercantile orientation was perceived as the drift of a genre that had been born from an ideal of edification and aroused the lasting hostility of professional historians.

Keywords: history; popularization; publishing; culture; reading.

Les historiennes et les historiens s'intéressent-ils à la vulgarisation de leur discipline ? La réponse à cette question se situe à deux niveaux, où elle sera forcément nuancée. Il est, tout d'abord, un lieu commun qui veut que les milieux professionnels et académiques de l'histoire s'impliquent peu dans ce processus : Jean-Claude Lescure rappelle ainsi que l'université est « *marginalement représentée* » dans les initiatives de vulgarisation historique (Lescure, 2015, p. 752), Thierry Wanegffelen évoquant de son côté un « *grand malentendu* » entre « *histoire des historiens* » et « *histoire du grand public* » (Wanegffelen, 1992, p. 481). Si cette assertion peut sembler de moins en moins vraie aujourd'hui, à mesure de l'implication croissante des membres de la profession historique dans une offre de vulgarisation historique toujours plus diversifiée dans ses supports (pensons à leur participation régulière à certaines émissions de radio ou de télévision ainsi que, plus récemment, à des chaînes *YouTube* d'histoire), elle n'en renvoie pas moins à une réalité qui a longtemps été dominante, à de notables exceptions près, comme celle bien connue des émissions de télévision de Georges Duby. Pour autant, cette implication reste difficile à évaluer précisément, tant les études manquent sur cette question.

Et c'est là le deuxième niveau de réponse à la question liminaire : ce désintérêt réel ou supposé se manifeste également par une implication plus que limitée de la profession dans l'analyse

de la vulgarisation historique en tant que phénomène lui-même historique. La bibliographie sur le sujet est particulièrement peu abondante, en dépit de l'essor récent de l'intérêt pour le secteur de l'histoire publique (Galichon, 2017). Il n'existe à notre connaissance qu'une seule étude spécifiquement dédiée à cette question : celle de Christian Amalvi qui, dans sa thèse de doctorat, a systématiquement étudié la production éditoriale de vulgarisation historique au XIX^e siècle (Amalvi, 1994). Ce travail pionnier reste encore aujourd'hui un apax qui n'a donné lieu qu'à quelques textes dérivés et outils complémentaires (notamment Amalvi, 2001 ; Amalvi, 2005) ; la thèse elle-même n'a pas été publiée. L'histoire de l'édition a permis également de mettre en avant le rôle joué par certaines grandes maisons dans ce domaine, comme Flammarion (Parinet, 1992), Fayard (Grandjean-Hogg, 1996), Tallandier (Letourneux & Mollier, 2011) ou Plon (Sorel, 2016). Quelques études de cas ont permis d'éclairer le rôle de certains périodiques (Letourneux, 2008 ; Hannin, 2013). La question de la vulgarisation historique a également pu être abordée dans des travaux sur la radio (Loriou, 2023), la télévision (Veyrat-Masson, 2000 ; Le Hégarat, 2019) ou Internet (Carriou, 2022), mais aucune perspective d'ensemble n'a encore permis de dresser un panorama exhaustif. C'est d'autant plus étonnant qu'il s'agit d'un phénomène culturel d'ampleur, renvoyant à cette « *passion française* » du passé (Joutard, 1993) qui marque la société et la culture

contemporaines ; et que l'offre vulgarisée d'histoire suscite régulièrement, dans les médias ou sur les réseaux sociaux, des débats voire des polémiques alimentés par des membres de la profession historienne, lesquels dénoncent à l'envi les errances – notamment idéologiques – de l'offre de vulgarisation historique à la télévision (Blanc, Chéry & Naudin, 2013 ; Naudin, Lancereau & Bril, 2019) ou dans les parcs à thème (Besson *et al.*, 2022).

Nous entendons ici par vulgarisation historique, à l'instar de la définition proposée par Christian Amalvi, toute forme éditoriale (circonscrite au domaine de la production imprimée dans notre cas) se proposant, et/ou aboutissant à la diffusion de savoirs historiques au-delà du seul cercle des professionnels et des spécialistes, et ce grâce à des prix, des formats et des langages accessibles au plus grand nombre (Amalvi, 1994, p. 57). Cela recouvre des formes d'ouvrages variées, des livres éducatifs¹ aux biographies plus ou moins romançées, en passant par toute la gamme des ouvrages d'une littérature historique explicitement destinée au grand public, histoires dites « populaires », récits anecdotiques, albums richement illustrés, ouvrages destinés aux « commençants », etc.

La période de la III^e République représente le moment où cette notion s'impose dans le vocabulaire – plus précisément dès les années 1870. Pour autant elle ne marque pas le début du genre : l'histoire est en effet présente dans des imprimés « populaires » dès l'Ancien Régime (Chartier, 1987, chap. 3). Si cette vulgarisation historique est partie prenante du grand mouvement de diffusion des connaissances qui prend son essor au XVIII^e siècle, et utilise des ressorts proches de ceux qui jouent dans le domaine des sciences expérimentales, elle s'en distingue sur au moins trois plans :

- celui d'abord de ses motivations – à l'impératif pédagogique s'ajoutant des enjeux civiques et politiques particulièrement aigus et revendiqués ;
- celui ensuite des réseaux d'acteurs qui s'y impliquent – essentiellement des éditeurs généralistes et populaires, dans la mesure où l'on n'assiste que tardivement à l'émergence d'éditeurs spécialisés dans ce domaine (plus tardivement par exemple que pour les sciences) ;
- celui enfin du public visé et effectivement atteint – potentiellement plus large que celui de la vulgarisation scientifique, du moins dans le domaine du livre, la situation étant différente dans le monde des périodiques.

¹ On exclura toutefois ici le champ spécifique des manuels scolaires, qui diffère de celui de la vulgarisation et a fait l'objet déjà d'études variées (Garcia & Leduc, 2003).

Par ailleurs, entre la vulgarisation historique du XIX^e siècle et celle de l'entre-deux-guerres, une évolution de taille se produit, les idéaux initiaux cédant rapidement la place à des considérations plus prosaïques, voire mercantiles, tandis que s'affirme nettement une vulgarisation historique «de droite». Ainsi se met en place durant la période un genre d'édition historique particulier, largement fondateur de ce qui constitue aujourd'hui les formes médiatiquement les plus visibles de ce type de discours. Ce sont elles qui font l'objet des dénonciations déjà évoquées, signe du divorce depuis longtemps acté entre les milieux universitaires et ceux de la vulgarisation. On peut y voir en effet – et comme nous venons de le voir – une forme de dérive du genre : de la vulgarisation historique à de la vulgaire histoire.

Trois étapes semblent pouvoir être dégagées dans ce processus : tout en reprenant l'héritage des idéaux et des réseaux qui se mettent en place dans les deux premiers tiers du XIX^e siècle, la vulgarisation de l'histoire s'impose entre la fin du siècle et le premier conflit mondial comme un véritable filon commercial, en se détournant partiellement du projet d'origine ; l'entre-deux-guerres marque l'aboutissement de cette évolution, en même temps que la consommation définitive du divorce entre universitaires et vulgarisation.

Essor et institutionnalisation de la vulgarisation historique dans les deux premiers tiers du XIX^e siècle

Un secteur dynamique de l'édition historique

La vulgarisation historique occupe dès les deux premiers tiers du XIX^e siècle une place importante sur le marché du livre d'histoire. Rappelons pour commencer que celui-ci représente lui-même l'un des secteurs les plus dynamiques de l'édition. Les sources sont aussi lacunaires que divergentes sur ce point, mais permettent de situer la part de l'histoire entre le dixième et le quart de la production éditoriale totale, en fonction des sources utilisées, des définitions prises en compte et des périodes étudiées. Elles dessinent une croissance globale qui, des années 1820 aux années 1870, équivaut à un quadruplement du nombre d'ouvrages produits (Geslot, 2022b, pp. 115-118).

Au sein de cette offre toujours plus importante, la vulgarisation représenterait elle-même, d'après les estimations proposées par C. Amalvi, un segment croissant : autour de 15 % de la production historique dans les années 1820-1840, du quart au milieu des années 1850, des deux cinquièmes à la fin des années 1860 ; cette production aurait, elle, quasiment décuplé entre la fin de la Restauration et les débuts de la III^e République, moment où s'amorce un reflux, continu ensuite jusqu'à la Grande

Guerre (Amalvi, 1994, pp. 35-36). Cette offre de vulgarisation historique prend des formes diverses, à l'image d'un marché de l'imprimé qui ne cesse de se renouveler.

Des collections encyclopédiques à la presse pour la jeunesse : un genre protéiforme

Elle occupe d'abord toute sa place au sein des collections encyclopédiques qui se multiplient à partir de la Restauration. La troisième série de *L'Encyclopédie portative* (1825-1830) est ainsi consacrée aux « Sciences historiques et d'imagination », tandis que chacun des volumes de l'ensemble propose une introduction historique et la biographie des principaux personnages du domaine disciplinaire concerné ; l'« Histoire de France » est quant à elle la première catégorie de la « Bibliothèque utile » lancée en 1859 ; la collection de « L'École mutuelle », de son côté, propose trois ouvrages historiques publiés entre 1866 et 1874 (Olivero, 1999, pp. 170-171, 174, 177). La place de l'histoire dans les collections de vulgarisation varie, selon Amalvi, entre 15 et 30 % des titres (Amalvi, 1994, p. 136).

Des collections dédiées à l'histoire apparaissent également très tôt, là encore dès la période de la Restauration : la « Bibliothèque historique et morale » de l'éditeur Lefort vers 1817, la « Collection des résumés de l'histoire de tous les peuples anciens et modernes » vers 1824, la « Bibliothèque chrétienne, morale

et historique » en 1826... Le mouvement se poursuit dans les décennies suivantes : sur toute la période 1814-1914, Amalvi recense environ 150 collections spécifiques, 85 d'inspiration catholique, une soixantaine plutôt laïques (Amalvi, 1994, pp. 139-149). Divergentes dans leur orientation idéologique, ces collections le sont aussi en termes de publics visés. Si le nouveau lectorat populaire est régulièrement ciblé, les éditeurs n'abandonnent jamais une production de vulgarisation érudite, à destination d'un grand public averti et possédant autant l'envie de se cultiver que les moyens de le faire. En témoigne par exemple la collection « Histoire universelle » dirigée par Victor Duruy à partir de 1845 (Geslot, 2009, pp. 87-98, 116-122). Louis Hachette, son éditeur, accorde aussi une place importante à l'histoire dans son emblématique « Bibliothèque des chemins de fer », avec la série « Histoire et voyages » à couverture verte (Mollier, 1999, pp. 329-330).

Hors du champ bien balisé des collections, toute une littérature historique à vocation pédagogique fleurit dans les deux premiers tiers du siècle. La limite en est parfois tenue avec les manuels scolaires, à une époque où les catégories éditoriales restent fluctuantes. Les pratiques elles-mêmes contribuent à brouiller les lignes entre ouvrages classiques et livres de vulgarisation pour le grand public, certains ouvrages passant de l'une à l'autre des catégories au fil des changements de stratégie commerciale, comme en témoigne dans les années 1850 l'*Histoire de France* du même Victor Duruy, un abrégé pour le secondaire

devenu ouvrage de vulgarisation érudite décliné aussi sous forme de publication populaire (Geslot, 2022a). Tout un arsenal de livres sont ainsi mis sur le marché, dont les titres renvoient à une intention évidente de simplification des savoirs, et de leur mise à disposition d'un, sinon du plus grand nombre de lecteurs, pas nécessairement scolaires : abrégés, précis, éléments, petites histoires, manuels, résumés, coups d'œil, esquisses (Geslot, 2022b, pp. 100-105)... Ils sont souvent de format réduit, et d'un coût modique : très tôt en effet on trouve sur le marché des ouvrages au prix accessible même aux moins fortunés – et la baisse tendancielle du prix du livre sur le siècle vient confirmer cette caractéristique (Geslot, 2023). Ils auront eux aussi contribué à vulgariser les savoirs sur le passé, notamment national.

La vulgarisation historique à destination du grand public cultivé investit enfin le secteur de la presse, bien que de façon plus tardive. Les périodiques généraux ne lui accordent qu'une place limitée : l'histoire ne représente ainsi dans les années 1840 que 3 % des articles de la *Revue de l'Instruction publique*, destinée aux professeurs de l'enseignement secondaire (Geslot, 2021, p. 440). Du côté du public juvénile, la *Semaine des enfants* lancée par Lahure et Hachette en 1857 propose une rubrique « Récits historiques » présente dans près des trois quarts des numéros parus jusqu'en 1876 (Laffont, 2024, pp. 216-221).

Les périodiques dédiés à l'histoire, de leur côté, ne proposent pendant

longtemps que des contenus spécialisés, qu'il s'agisse des bulletins de sociétés savantes ou bien des premières revues historiques comme la *Bibliothèque de l'École des chartes* (1831), la *Revue des questions historiques* ou la *Revue critique d'histoire et de littérature* (1866) (Geslot, 2021, pp. 438-439). Les premiers périodiques spécifiquement dédiés à la vulgarisation historique sont la *Revue historique illustrée* et le *Journal historique illustré* lancés en 1865 par l'éditeur féru d'histoire Arthème Fayard ; y sont publiés des biographies, des romans-feuilletons historiques, des « *exposés de vulgarisation* », certains ouvrages de l'éditeur paraissant également dans ces pages, destinées surtout aux instituteurs et professeurs de province (Grandjean-Hogg, 1996, pp. 39-40, 46-47).

Amour du savoir, de la patrie... ou de l'argent : des motivations diverses

De cet effort tous azimuts de vulgarisation, les motivations sont relativement bien connues (Amalvi, 1994, pp. 71-93). Participant au processus plus général de diffusion des savoirs qui touche l'ensemble du domaine des sciences, la vulgarisation historique ne relève pas véritablement de la démarche utilitaire qui préside à celle qui concerne l'histoire naturelle, la physique, la chimie ou les techniques. Sauf à considérer que cet « utilitarisme » concerne moins le travailleur que le citoyen : la dimension morale (*historia magistra vitae*) de

la connaissance du passé, très ancienne, se retrouve encore au XIX^e siècle, où elle a tendance cependant à évoluer vers une dimension civique, surtout à partir de la proclamation du suffrage universel masculin, et principalement dans les années 1860, alors que les réformes de Victor Duruy promeuvent, dans le même esprit de formation des citoyens, l'enseignement scolaire de l'histoire (Garcia & Leduc, 2003, pp. 49 et suiv. ; Geslot, 2009, pp. 159, 207).

Avant cela cependant, d'autres arguments sont mis en avant, et d'abord celui du patriotisme : dès la période de l'Empire en effet, dans la lignée d'une vision de l'histoire qui s'affirme dès le XVIII^e siècle, est répétée à l'envi l'idée que la connaissance de son passé est une condition première de l'attachement à la nation, et ce d'abord et avant tout chez les auteurs d'*Histoires de France* (Geslot, 2022b, pp. 72-74, 299). Un autre type de motivation, plus idéologique ou politique, découle des précédents et s'affirme surtout à partir des années 1870 : l'histoire et sa connaissance sont aussi considérées comme des instruments de propagande dans le combat qui oppose partisans et adversaires des principes de 1789 ; le rôle historique de l'Église ou le bilan de la Révolution deviennent alors des terrains d'affrontement majeurs jusque dans les ouvrages de vulgarisation.

Qu'il soit porté par des objectifs pédagogiques, moraux, patriotiques ou politiques, cependant, l'essor de la

vulgarisation historique est aussi, très tôt, motivé par des enjeux commerciaux, voire mercantiles. L'engouement précoce du lectorat pour la discipline a rapidement suscité l'appétit d'entrepreneurs d'édition, véritables éditeurs populaires ou bien investisseurs éphémères à l'affût du bon coup (Geslot, 2022b, pp. 181-183). En résulte la déclinaison de certains ouvrages, notamment d'*Histoires de France* comme celle d'Anquetil, en versions populaires, à bas coût et/ou au format adapté à un public moins cultivé. Nous sommes bien ici aux marges de la vulgarisation, car ni les œuvres initiales, ni les initiatives de ces rééditions ne relèvent nécessairement de ce genre-là – sans parler du public réel, dont on peut supposer qu'il n'a pas nécessairement tiré grand profit de son achat. Néanmoins cette évolution touche rapidement le secteur de la vulgarisation qui, à mesure que s'étend le lectorat potentiel, s'avère de plus en plus comme un segment du marché à ne pas négliger.

Un bon filon éditorial : l'affirmation de la vulgarisation à partir des années 1860-1870

Un marché à conquérir

La demande de livres d'histoire en effet ne cesse de croître tout au long du siècle. À l'intérêt lui-même croissant du grand public pour le passé s'ajoute une demande institutionnelle liée à l'essor

des réseaux de bibliothèques scolaires et populaires initié de manière synchrone dans les années 1860. La multiplication de ces structures dédiées au nouveau lectorat populaire – on compte environ 40 000 des premières (pour 36 000 communes) et 3 000 des secondes au tournant du XX^e siècle (Varry, 2009, p. 686) – offre un débouché privilégié à toute une production spécifique, notamment par le biais des commandes du ministère de l’Instruction publique qui redistribue les ouvrages achetés par centaines d’exemplaires sous forme de concessions aux bibliothèques.

Ces concessions connaissent un réel essor à partir de ces mêmes années 1860, et l’histoire y figure en bonne place : en 1865, 1875 et 1885, ce sont ainsi chaque année environ 1 300 exemplaires d’Histoires de France qui sont distribués dans tout le pays par l’administration. Dans le dernier tiers du siècle, la discipline représente généralement entre 10 et 20 % du catalogue des bibliothèques populaires (Geslot, 2022b, pp. 224-229 ; Amalvi 1993, pp. 155-163). Les réseaux catholiques de distribution sont de leur côté également de grands pourvoyeurs d’ouvrages de vulgarisation historique : dans les bibliothèques paroissiales – dont on estime le nombre à trente mille vers 1900 (Varry, 2009, p. 686) –, la part des ouvrages historiques est rarement inférieure à 15 % du fonds (Geslot, 2022b, p. 222).

Pour toutes ces raisons, la vulgarisation historique s’installe pleinement

dans le champ éditorial dans ces premières années de la III^e République. Les années 1870-1880 semblent d’ailleurs être le moment où l’expression se démocratise. Elle est certes déjà employée avant dans le domaine de l’histoire : elle est ainsi utilisée en 1859 pour caractériser *Le Monde. Histoire de tous les peuples jusqu’à nos jours*, ouvrage collectif réédité cette même année, dans une version augmentée, par Lebigre-Duquesne frères². Dès 1853 du reste, Alexandre Dumas se posait lui-même déjà en « *vulgarisateur* » (Safa, 2023, p. 124). En 1872 encore, au moment de l’inhumation de son corps à Villers-Cotterêts, Emmanuel Gonzalès rend hommage à ses « *dons précieux d’assimilation et de vulgarisation historiques* »³. Toutefois ce n’est pas pour l’une des œuvres du romancier, dont Michelet disait d’ailleurs significativement qu’il avait « *appris plus d’histoire au peuple que tous les historiens réunis* » (Safa, 2013, p. 261), que l’expression est utilisée de façon plus systématique, mais pour l’*Histoire de France racontée à mes petits-enfants* de François Guizot, qui commence à paraître en livraisons en avril 1870 (Geslot, 2022b, p. 174)⁴. On constate à partir de là dans la presse un emploi certes irrégulier mais d’une ampleur

² *Le Constitutionnel*, 13 déc. 1859.

³ Cité dans : « Les obsèques d’Alexandre Dumas », *Le Soir*, 17 av. 1872.

⁴ Voir notamment : V. Fournel. « Variétés. Livres illustrés », *La Gazette de France*, 12 déc. 1871 ; « La vulgarisation historique en 1874 », *La République française*, 25 déc. 1874 ; A. M. « Bulletin scientifique », *Le Phare de la Loire*, 22 févr. 1876.

inédite du terme, notamment pour qualifier l'œuvre de Paul Lacroix⁵.

Clairement identifiée désormais par les observateurs de la vie littéraire et de la production historiographique, la vulgarisation historique est un genre éditorial dans lequel investissent de plus en plus systématiquement les grandes maisons d'édition qui ont connu leur essor à partir de la monarchie de Juillet et surtout du second Empire. Cet investissement toutefois est tardif dans le siècle. Après avoir connu une sorte d'apogée quantitatif dans les années 1880, la production de vulgarisation historique est divisée de moitié dans la décennie suivante, pour se stabiliser autour de 15 % de l'offre historique totale à la « Belle Époque » (Amalvi, 1994, pp. 35-36). Les années 1890-1900 marquent en effet un réinvestissement du secteur par les grandes maisons d'édition : les éditeurs populaires d'abord, comme Tallandier ou Fayard ; des éditeurs déjà bien engagés dans la vulgarisation comme Flammarion ; de grandes maisons généralistes comme Hachette ou d'autres davantage spécialisées en histoire comme Plon. Ce mouvement se manifeste surtout par la création de collections emblématiques, dans un mouvement de perpétuel renouvellement que ni la Première, ni la Seconde des guerres mondiales n'interrompent de façon durable.

L'investissement des grands éditeurs : le temps des collections emblématiques de vulgarisation historique

Ce phénomène éditorial a été encore peu étudié ; ces collections mériteraient pourtant une étude systématique, au-delà des éléments que fournissent déjà les monographies consacrées aux maisons d'édition qui les portent. Pour nous en tenir à la période la III^e République, notons que trois moments particuliers semblent se dégager.

Le premier est celui de la « Belle Époque ». Plon tente alors « *d'élargir son catalogue avec des ouvrages plus légers et meilleur marché* » (Sorel, 2016, p. 62), tandis que Flammarion se lance, à partir de 1897, dans la vulgarisation historique (Parinet, 1992, p. 201). Ce sont cependant les éditeurs populaires qui avec leurs collections d'un nouveau genre font entrer la vulgarisation historique dans une nouvelle ère : Tallandier dès 1896 avec « *Souveraines et grandes dames* », et surtout avec la « *Bibliothèque Historia* », dont les premiers ouvrages paraissent en 1912, trois ans après la création du magazine *Historia*, autre initiative qui fait date dans l'histoire de la vulgarisation historique – même si cette expérience ne survit pas à la déclaration de guerre en 1914, et si le périodique ne reverra le jour qu'en 1934 (Letourneux & Mollier, 2011, pp. 156, 179-186, 219-223, 416-417). Fayard réagit en lançant coup sur coup la « *Modern-Collection historique et anecdotique* » imitée de ses collections

⁵ *La Presse*, 28 juin 1877 ; *La Revue politique et littéraire*, 29 déc. 1877 ; *L'Observateur français*, 22 nov. 1887 ; *Journal des débats politiques et littéraires*, 20 déc. 1887.

littéraires, puis, l'année suivante, la collection «Mémoires et souvenirs» (Grandjean-Hogg, 1996, pp. 302-304). Hachette suit avec «L'histoire de France racontée à tous» (1909) et les «Figures du passé» (1913) (Mistler, 1964, p. 288).

Ce mouvement de création de vulgarisation historique reprend au milieu des années 1920, avec les «Grandes Études historiques» de Fayard en 1924 (Grandjean-Hogg, 1996, pp. 498-513), et surtout en 1925, avec la création presque simultanée de «Récits d'autrefois» par Hachette, de la «Bibliothèque historique» de Payot (Chartier & Martin, 1991, p. 349) et l'entrée dans la danse de Plon avec «Nobles Vies. Grandes Œuvres» (Sorel, 2016, p. 106). Les années 1930 marquent un troisième moment, le plus dynamique, avec une dizaine de collections créées par quatre éditeurs entre 1933 et 1938, dans un contexte de crise économique qui les pousse à multiplier les collections pour tenter de conquérir de nouveaux segments du lectorat. Plon est parmi les plus dynamiques (Sorel, 2016, pp. 106-110), avec la maison Hachette qui initie notamment en 1938 la fameuse collection «La Vie quotidienne» (Mistler, 1964, p. 354).

Cette multiplication des collections est le signe de l'engouement des professionnels du livre comme du public pour la vulgarisation historique : une quarantaine de maisons d'édition s'y investissent durant la première moitié du siècle (Chartier et Martin, 1991, p. 349). Tous les éditeurs n'investissent

certes pas le champ de la vulgarisation, même ceux spécialisés en histoire : Honoré Champion, par exemple, continue à n'occuper que le créneau des ouvrages d'érudition (Monfrin, 1978), tandis qu'Alcan investit pleinement le champ de l'édition universitaire, en lien notamment avec les principales figures de l'école méthodique (Tesnière, 1990). L'édition universitaire n'est du reste pas forcément sacrifiée par les éditeurs qui versent pleinement dans la vulgarisation, comme on peut le voir chez Flammarion (Parinet, 1992, p. 204).

L'offre, croissante, fait également montre d'une grande diversité, même si des caractéristiques communes se dégagent. Le «grand public» qui est visé peut concerner tant le lectorat populaire qu'un lectorat plus averti. La «Bibliothèque Historia» de Tallandier, comme le magazine éponyme qui lui est lié, relève ainsi plutôt de «*l'éducation à un bon goût prudent (ce que Pierre Bourdieu appelle la "culture en simili")*» (Letourneux & Mollier, 2011, pp. 180 et 223). Chez Plon, la collection «Nobles vies. Grandes œuvres» s'adresse à la jeunesse et à «*tous ceux qui n'ont que peu de loisirs pour la lecture*»; la «Bibliothèque historique» cherche à «*rendre les questions historiques accessibles au plus grand nombre*»; «Figures et souvenirs» vise le public «*que rebute la lecture d'un ouvrage de sèche et ennuyeuse érudition*», comme l'indique clairement la communication de l'entreprise (Sorel, 2016, pp. 106-109). Ici comme ailleurs, les objectifs semblent avoir été largement atteints.

À la conquête du grand public ? Un succès réel

Le succès est en effet souvent au rendez-vous. C'est au sein de ces collections que l'on trouve les plus grandes réussites éditoriales de l'époque dans le domaine de l'histoire. Dans le dernier tiers du XIX^e siècle encore, les tirages étaient généralement de 1 000 à 2 000 exemplaires, atteignant et dépassant rarement les 3 000, sauf chez Hachette dont les volumes de la «Bibliothèque des écoles et des familles» dépassent presque toujours le chiffre de 5 000, le tirage moyen étant supérieur à 20 000, avec un record à plus de 70 000 exemplaires tirés pour l'ouvrage *Pour la France*, de George Duruy (Amalvi, 1994, pp. 437-440).

Les collections nées à partir de la fin du siècle semblent permettre un véritable saut quantitatif : les volumes de *L'Histoire de France complète par l'image* d'Armand Dayot, publiée par Flammarion à partir de 1897, sont tirés à 10 000 exemplaires (Parinet, 1992, p. 202). Les ouvrages des «Grandes Études historiques» chez Fayard connaissent des tirages situés entre 8 et 15 000 – 11 000 pour le premier tirage de *L'Ancien Régime* de Frantz Funck-Brentano, et même 25 000 pour celui de *L'Histoire de France* de Jacques Bainville (Grandjean-Hogg, 1996, p. 501). Les tirages des «Grandes Figures» chez Plon peuvent eux dépasser les 20 000 – ainsi 40 000 pour le *Jean Mermoz* de Jacques Mortane (Sorel, 2016, p. 109).

On trouve par conséquent parmi cette production les grands best-sellers historiques du siècle : le *Napoléon* sans nom d'auteur publié en 1924 dans l'«Encyclopédie par l'image» de Hachette aurait atteint 280 000 exemplaires (Mistler, 1964, p. 354). En 1935, le bilan tiré par Fayard de ses «Grandes Études historiques» lancées en 1924 est des plus satisfaisants : l'*Histoire de France* de Jacques Bainville en est déjà à sa 208^e édition, avec 120 000 exemplaires ; le *Louis XIV* de Louis Bertrand à sa 103^e, avec plus de 70 000 exemplaires tirés en dix ans (Grandjean-Hogg, 1996, p. 512 ; Dumoulin, 2006, p. 327).

Par ailleurs si certaines de ces collections ne durent que quelques années en ne comptant que peu de volumes, d'autres connaissent une longévité remarquable qui les fait survivre aux vicissitudes de la Seconde Guerre mondiale : la «Bibliothèque Historia» de Tallandier atteint les années 1960, «L'histoire» chez Flammarion dure jusqu'aux années 1970, les «Grandes Études historiques» de Fayard jusqu'aux années 1980 ; «La Vie quotidienne» de Hachette⁶ et la «Bibliothèque historique» de Payot dépassent, elles, le seuil du XXI^e siècle.

Ce dynamisme de la vulgarisation historique contraste, dans l'entre-deux-guerres, avec la contraction du marché universitaire (Tesnière, 1990, p. 23), symptôme d'une crise plus générale de

6 M. Crépu. «La Vie quotidienne a de l'avenir». *L'Express*, 5 juillet 2001.

la discipline (Delacroix, Dosse & Garcia, 2007, pp. 200-210). Cette différence de succès entre les deux types de discours historiographique témoigne de la grande divergence qui se fait jour à partir de la fin du XIX^e siècle entre l'histoire universitaire et celle de la vulgarisation.

Le divorce entre vulgarisateurs et universitaires

Vulgarisation historique ou vulgaire histoire ? Les dérives d'un genre

Quelle que soit la cible visée, une même recherche d'attractivité et de disponibilité, propre à l'entreprise de vulgarisation, touche les ouvrages mis sur le marché. Les mêmes recettes, parfois anciennes, sont utilisées, tant formelles que stylistiques. Les ouvrages restent relativement chers lorsqu'ils s'adressent à un public cultivé – 10 à 18 F le volume pour les «Grandes Études historiques» de Fayard (Grandjean-Hogg, 1996, p. 501), 7,50 F puis 12 à 15 F pour «Le Roman dans l'histoire» de Flammarion. Mais d'autres collections beaucoup plus abordables visent un plus vaste public, notamment, chez Plon, «Figures et souvenirs» (5,75 F) et «Les Grandes Figures» (2,50 F), ou, chez Flammarion, «Hier et aujourd'hui» (3,75 F) (Sorel, 2016, p. 109). Le choix du petit format comme du recours à l'illustration est également fréquent.

C'est sur le type de discours historique toutefois que ces collections innovent véritablement. En la matière, le monde du livre semble avoir tiré parti de l'expérience décevante des bibliothèques populaires en matière d'instruction. Toutes les enquêtes menées depuis les années 1860 sont formelles sur ce point : ce sont d'abord et avant tout des ouvrages de distraction que recherchent les lecteurs et les lectrices, ce qui, en matière d'histoire, vise surtout les récits de bataille, les recueils d'anecdotes ou les biographies du genre «héroïque» (Dosse, 2011). À partir du tournant du XX^e siècle, la vulgarisation historique cherche à s'adapter à ce goût avéré du public pour le distrayant. Rien n'est plus emblématique de cette évolution que le changement d'orientation clairement visible dans la stratégie éditoriale de Tallandier. Jusqu'aux années 1890, sous la férule de Georges Decaux, l'objectif reste bien une forme d'éducation populaire à l'histoire, dans un sens de moins en moins militant mais avec toujours un idéal d'accession du plus grand nombre aux savoirs historiques. Les choses changent avec la reprise en mains de la maison par Armand-Désiré Mongrédien et Jules Tallandier en 1892 ; il est en effet *«manifeste que le projet éducatif n'est plus central dans leur activité éditoriale»*. Le magazine *Historia* est emblématique de cette nouvelle orientation : insistance sur le récit narratif, anecdotique, touchant au romanesque, mise en avant de grands hommes, volonté de proposer une histoire vivante, animée, incarnée... (Letourneux & Mollier, 2011).

C'est dans cette voie ouverte par Tallandier que s'engagent plusieurs des éditeurs de vulgarisation historique. Les stratégies en matière de thèmes en sont emblématiques. C'est vers l'époque moderne, celle des grandes heures de la monarchie française et des fastes de la cour de Versailles, et vers l'épopée révolutionnaire et impériale, avec ses pages dramatiques et ses épisodes héroïques, que semblent surtout se diriger les choix de sujets des auteurs et de leurs éditeurs. Se multiplient ainsi les collections dédiées aux seules biographies, aux appellations explicites comme «Nobles vies, grandes œuvres» et «Les Grandes Figures» chez Plon, ou «L'homme et son œuvre» chez Fayard. Cette évolution suscite des inquiétudes. En 1937, l'homme de lettres François Porché constate ainsi que «[le] flot des biographies historiques ne cesse de monter»; il accuse les éditeurs de «favoriser cette inondation» et y voit un appauvrissement du «genre qu'on appelait naguère la vulgarisation historique»: désormais écrit-il, c'est «la vulgarité, sous couvert de fausse science [qui] déborde⁷».

L'idée est en effet de tout faire pour rendre ces histoires plus divertissantes et attractives qu'instructives – l'idéal originel de vulgarisation-éducation est désormais bien loin. Les titres, accrocheurs, sont là pour attirer le chaland, et d'abord ceux des collections: «La petite histoire» chez Grasset, «La vivante histoire» ou «Les vies privées» de Hachette,

«Le roman dans l'histoire» chez Fayard. Les ouvrages eux-mêmes affichent leurs intentions. Octave Aubry publie chez Fayard, dans la collection «Le roman dans l'histoire», *Le Grand Amour caché de Napoléon* (1925), *Le Lit du roi* (1926), *Brelan de femmes ou le coup d'État de Brumaire* (1927)... À «La petite histoire» de Grasset, G. Lenôtre (Théodore Gosselin), donne, lui: *Napoléon: croquis de l'épopée* (1932), *Femmes. Amours évanouies* (1933), *Paris et ses fantômes* (1933)... Frantz Funck-Brentano publie de son côté, dans «La vivante histoire», de Hachette, *Le Drame des poisons* (1935) ou encore *Mandrin, capitaine des contrebandiers* (1936). La titulature racoleuse issue de la littérature populaire fin de siècle inspire ainsi dès l'entre-deux-guerres – et pour longtemps – l'histoire grand public.

Une réaction tardive des milieux universitaires

L'ampleur prise par ce phénomène éditorial et culturel ne pouvait échapper au corps des historiens professionnels, dont la lente constitution tout au long du siècle trouve son aboutissement dans les réformes de l'enseignement supérieur portées par la III^e République (Delacroix, Dosse & Garcia, 2007), au moment même où se cristallise le genre de la vulgarisation historique. Ces derniers n'ont certes jamais jusque-là fait preuve d'un grand intérêt pour la chose. Ils n'ont ainsi jamais été très impliqués dans la publication d'ouvrages de ce

7 F. Porché. «La Vie littéraire». *Le Jour*, 26 mai 1937, p. 2.

genre. Christian Amalvi ne recense que 25 universitaires sur les 1 600 auteurs d'ouvrages de vulgarisation historique actifs entre 1815 et 1914, soit 1,5 % de l'ensemble (Amalvi, 1994, p. 263), un chiffre à mettre bien sûr en rapport avec la démographie encore limitée de ces universitaires, mais qui est pour autant bien en-deçà de la contribution de ces derniers à la production historique globale, évaluée à un peu moins d'un quart (Den Boer, 2013, pp. 34-35). Cette faible présence se retrouve d'ailleurs, de l'époque romantique à l'entre-deux-guerres, dans le genre biographique, peu apprécié généralement, alors qu'il est à l'inverse particulièrement prisé par la vulgarisation historique (Dosse, 2011, pp. 187-197).

Or, le mouvement de professionnalisation de l'histoire sous la III^e République ne favorise guère l'implication des universitaires. Au contraire : leur spécialisation croissante semble devoir les éloigner toujours un peu plus du grand public, de ses attentes et de ses capacités. D'autant que se produit aussi, en parallèle, une sorte de professionnalisation des vulgarisateurs d'histoire. Pendant longtemps celle-ci avait été essentiellement l'œuvre de publicistes et de polygraphes (Amalvi, 1994, p. 263). Avec l'essor de la vulgarisation influencée par la littérature populaire, apparaissent de véritables spécialistes de cette écriture, prenant parfois aussi en mains certaines collections, à l'instar d'Octave Aubry, G. Lenôtre ou Frantz Funck-Brentano, déjà cités, ou bien de Joseph Turquan.

Face à la montée en puissance éditoriale de ces écrivains et du type relativement nouveau de discours historique dont eux et leurs éditeurs abreuvent le grand public, les historiens professionnels ne sont pas sans réagir. C'est par exemple le cas de Louis Halphen, qui, dès 1913, dénonce le « *regain d'histoire anecdotique et "pittoresque"* », dont il place les prémices chez les « *vulgarisateurs de profession* » apparus dès les années 1840 ; il regrette que le grand public soit « [livré] *sans défense à ceux qui savent l'amuser et flatter ses goûts*⁸ ». Ces critiques sont reprises dans l'entre-deux-guerres. Le professeur d'histoire Alphonse Roubaud, par exemple, livre un compte rendu très critique de l'*Histoire de France* de Jacques Bainville⁹, pointant ses « *erreurs de fait* », ses « *jugements fantaisistes, tendancieux ou trop systématiques* », et jusqu'à « *la conception même que [l'auteur] se fait de l'histoire* ». Alphonse Aulard fait de même, dénonçant de son côté « *ses anachronismes* », les « *familiarités qu'il prend avec l'histoire* », et surtout l'orientation idéologique de l'ouvrage : c'est, dit-il, une « *thèse de réaction* », « *une dissertation-pensum d'un étudiant en royalisme*¹⁰ ».

8 L. Halphen (1914). *L'Histoire en France depuis cent ans*. Paris : A. Colin, pp. 77-78 et 172-175.

9 A. Roubaud. « Une synthèse de l'histoire de France ». *Revue de synthèse historique*, XXVIII, 1924, pp. 163-170.

10 A. Aulard. « Notes historiques. Le Père Lorient et M. Jacques Bainville ». *Le Quotidien*, 29 mai 1924, p. 1.

Un grand fossé éthique et idéologique ?

C'est là en effet une autre raison majeure de la grande divergence entre les vulgarisateurs d'histoire et le monde universitaire, appelée à perdurer jusqu'à aujourd'hui. Dès la « Belle Époque » et surtout dans l'entre-deux-guerres se produit une véritable offensive idéologique, le secteur de la vulgarisation se trouvant de plus en plus dominé par des auteurs et des éditeurs de droite, voire d'extrême-droite. Il existe depuis le XIX^e siècle une écriture traditionaliste du passé qui a su croiser le fer avec les interprétations libérales ou progressistes de l'histoire, notamment nationale (Dumoulin, 2006 ; Geslot, 2022b, chap. VI). Cette tendance est sortie perdante de la lutte dans les années 1870 (Amalvi, 2005 ; Olivero, 1999, p. 188).

Elle fait ensuite, cependant, un vrai retour en force, avec un groupe relativement bien identifié d'auteurs relevant de ce qu'on a pu appeler « *l'école capétienne* », autour de Pierre Gaxotte, Jacques Bainville, Frantz Funck-Brentano, Louis Madelin (Bonhoure, 2021, pp. 129-146)... Ils ont le soutien des éditeurs conservateurs comme Plon (Sorel, 2016, p. 112). Chez Fayard, ce sont les frères Wittmann, « *maurrassiens convaincus* », qui dirigent dans l'entre-deux-guerres la « Bibliothèque Historia », où publient Gaxotte et Bainville (Letourneux & Mollier, 2011, p. 394). On retrouve d'ailleurs ces deux derniers très actifs

chez Fayard : c'est Gaxotte qui dirige « Les Grandes Études historiques », à laquelle il donne un *Siècle de Louis XV* et dont le premier volume n'est autre que l'*Histoire de France* de Bainville. Pour Sophie Grandjean-Hogg, tous les autres auteurs de la collection sont classés à droite, voire monarchistes et proches de l'Action française, à l'instar de Frantz Funck-Brentano (Grandjean-Hogg, 1996, pp. 501 et 506-507).

Il ne faut certes pas considérer que les tendances dénoncées par les critiques concernent l'ensemble des collections de vulgarisation. Si les auteurs sont choisis surtout pour leurs qualités de style, et visés pour leurs lacunes, tous ne sont pas incompetents en matière d'histoire : beaucoup, par exemple parmi les auteurs Fayard, ont une formation d'historiens (Gaxotte est agrégé dans cette discipline, Funck-Brentano est chartiste), beaucoup aussi sont ou seront membres de l'Académie française (Grandjean-Hogg, 1996, p. 504). C'est aussi le cas, par exemple, de sept des dix-sept auteurs hommes ayant publié dans la collection « Nobles vies. Grandes œuvres » chez Plon, où des écrivaines comme Madeleine Clemenceau-Jacquemaire, Mary Robinson ou Madeleine Saint-René-Tallandier côtoient certes Georges Clemenceau, mais aussi un ingénieur polytechnicien (Paul Brenot), un mathématicien de l'Université (Paul Appell), un professeur de Droit (René Bazin) et trois normaliens-agrégés-docteurs (Georges Goyau, Paul Hazard, Pierre Villey)...

Quant aux thématiques abordées, les choix ne relèvent pas forcément de la facilité commerciale. Toujours chez Plon, la collection «Grandes Figures» montre une certaine capacité à sortir du panthéon traditionnel constitutif du roman national, et même à approcher des personnages éloignés du seul champ de l'histoire française, politique et largement masculine : les «classiques» Jeanne d'Arc, Jacques Cartier, Lyautey et Gallieni côtoient ainsi Rockefeller et les frères Lumière, Hélène Boucher et Thomas Edison, Lindbergh et la reine Astrid, Mermoz et Louise de Bettignies...

Quant aux orientations idéologiques, les auteurs de droite ou d'extrême-droite sont loin d'être les seuls à prêter leur plume à la vulgarisation historique. Si certaines maisons d'édition ont une ligne éditoriale explicitement conservatrice voire réactionnaire et nationaliste, d'autres préfèrent jouer sur la diversité et faire parler des voix divergentes. La maison Hachette, toujours soucieuse de s'adresser à toutes les parties du public, confie ainsi parmi ses «Récits d'autrefois», dans une belle stratégie d'union des contraires, *Les Trois Glorieuses* à Paul Reynaud (1927), *Le Dix-Huit Brumaire* à Jacques Bainville (1929), et *Le Dix-Août* à Albert Mathiez (1931)...

Conclusion

En dépit de ces nuances, un fait demeure certain : l'irruption des éditeurs populaires dans le champ de la vulgarisation historique a contribué à dévier celle-ci de ses ambitions initiales, héritées de l'idéal éducatif des Lumières et du XIX^e siècle. Le mercantilisme propre à une partie du secteur éditorial au temps du «*capitalisme d'édition*» (Mollier, 1988) avait ouvert la voie, dès l'époque de la monarchie de Juillet, à des stratégies de séduction du public mettant l'impératif pédagogique au second plan. Au tournant du XX^e siècle, et surtout dans l'entre-deux-guerres, à la faveur des crises du livre, cette tendance s'accroît et modifie le genre en profondeur, même si subsiste une production d'une certaine qualité.

Les universitaires, toujours plus soucieux de la rigueur scientifique des discours historiques, ont beau jeu désormais de dénoncer une vision romanesque, désuète et réactionnaire de l'histoire, uniquement faite pour promouvoir le roman national et assurer le succès commercial des ouvrages mis en vente – deux impératifs idéologiques et économiques qui la situent aux antipodes de l'éthique désormais bien établie de la communauté historique professionnelle. L'ensemble de la vulgarisation ne se résume certes pas à ces dérives, mais celles-ci instillent peu ou prou dans le reste de la production, et, surtout, c'est cette vulgarisation-là qui semble porteuse des plus grands succès et de la plus grande visibilité.

L'entre-deux-guerres représente dès lors un moment de cristallisation de l'opposition entre deux visions diamétralement opposées de la discipline, entre deux cultures historiques, l'une, académique, l'autre, ludo-médiatique (Geslot, 2022b, pp. 322-324, 331-339), étanches et inconciliables. C'est à ce moment-là une guerre de cent ans (pour le moins) qui s'annonce : un siècle plus tard en effet, le débat se pose presque dans les mêmes termes, et les historiennes et historiens d'aujourd'hui poursuivent un combat, sûrement hélas perdu d'avance, mené non pas, comme leurs opposants voudraient trop souvent le faire croire, contre une vulgarisation derrière laquelle ces derniers ont peut-être trop souvent tendance à cacher leurs véritables intentions, mais contre la vulgaire histoire dont ces mêmes auteurs abreuvent depuis plus d'un siècle maintenant le grand public.

Bibliographie

Amalvi C. (1994). «L'histoire pour tous : la vulgarisation historique en France d'Augustin Thierry à Ernest Lavisse 1814-1914». Thèse de doctorat en histoire (C-O. Carbonell dir.). Montpellier : Université Paul Valéry-Montpellier III.

Amalvi C. (2001). *Répertoire des auteurs de manuels scolaires et de livres de vulgarisation historique de langue française de 1660 à 1960*. Paris : La Boutique de l'histoire

Amalvi C. (2005). «D'une histoire sacrée à une histoire profane : la vulgarisation, 1814-1914». In C. Amalvi (dir.). *Les Lieux de l'histoire*. Paris : A. Colin, pp. 210-215.

Besson F., Ducret P., Lancereau G. & Larrère M. (2022). *Le Puy du Faux. Enquête sur un parc qui déforme l'histoire*. Paris : Les Arènes.

Blanc W., Chéry A. & Naudin C. (2013). *Les Historiens de garde*. Paris : Inculte essai.

Bonhoure J.-F. (2021). «Les Historiens à l'épreuve du temps : la production historique éditée en France des années trente au début des années cinquante». Thèse de doctorat en histoire (P. Ory, dir.). Paris : Université Paris 1.

Carriou P. (2022). «La vulgarisation française de l'Histoire sur Youtube, 2008-2018». Thèse de doctorat en histoire (L. Corroy dir.). Paris : Université Sorbonne Nouvelle.

Chartier R. (1987). *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*. Paris : Seuil.

Chartier R. & Martin H.-J. (dir.) (1991). *Histoire de l'édition française. T. IV : Le livre concurrencé*. Paris : Fayard/Promodis.

Delacroix C., Dosse F. & Garcia P. (2007). *Les Courants historiques en France. XIX^e-XX^e siècle*. Paris : Gallimard.

- Den Boer P. (2013). *Une histoire des historiens français*. Paris : Éditions Vendémiaire.
- Dosse F. (2011). *Le Pari biographique. Écrire une vie*. Paris : La Découverte.
- Dumoulin O. (2006). « Histoire et historiens de droite ». In J.-F. Sirinelli (dir.). *Histoire des droites. 2. Cultures*. Paris : Gallimard.
- Galichon I. (2017). « Que peut l'histoire publique ? Entretien avec Catherine Brice » [en ligne]. *Mémoires en jeu*, article publié le 5 mai 2017 [URL : <https://www.memoires-en-jeu.com/varia/que-peut-lhistoire-publique-entretien-avec-catherine-brice>].
- Garcia P. & Leduc J. (2003). *L'Enseignement de l'histoire en France de l'Ancien Régime à nos jours*. Paris : A. Colin.
- Geslot J.-C. (2009). *Victor Duruy (1811-1894). Historien et ministre*. Villeneuve-d'Ascq : Septentrion.
- Geslot J.-C. (2021). « La place de l'histoire dans la *Revue de l'Instruction publique* (1842-1847). Une nouvelle discipline pour un nouveau professorat ? ». *History of Education & Children's Literature*, XVI-2, pp. 425-445.
- Geslot J.-C. (2022a). *Histoire d'un livre. L'Histoire de France de Victor Duruy*. Paris : CNRS Éditions.
- Geslot J.-C. (2022b). « Lire la nation. Enjeux éditoriaux et culturels des Histoires de France (1800-1880) ». Mémoire d'habilitation à diriger des recherches en histoire. École pratique des hautes études, Paris.
- Geslot J.-C. (2023). « Le prix du livre au 19^e siècle ». *Revue de la BNU*, n° 27, pp. 59-66.
- Grandjean-Hogg S. (1996). « L'Évolution de la Librairie Arthème Fayard (1857-1936) ». Thèse de doctorat en histoire (J.-Y. Mollier dir.). Guyancourt : Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines.
- Hannin V. (2013). « L'Histoire : revue et magazine ». *Le Débat*, n° 175, pp 190-197.
- Joutard P. (1993). « Une passion française : l'histoire ». In A. Burguière & J. Revel (dir.). *Histoire de la France. T. III : Les Formes de la culture*. Paris : Seuil, pp. 511-570.
- Laffont N. (2024). « *La Semaine des enfants* (1857-1876) : un journal pour la jeunesse ancré dans le Second Empire ». Thèse de doctorat en histoire (C. Gauthier dir.). Paris : École nationale des chartes.
- Le Hégarat T. (2019). *Chefs-d'œuvre et racines : le patrimoine à la télévision, des origines à aujourd'hui*. Bry-sur-Marne : INA.
- Lescure J.-C. (2015). « Vulgarisation ». In C. Gauvard & J.-F. Sirinelli (dir.). *Dictionnaire de l'historien*. Paris : PUF, pp. 752-753.
- Letourneux M. (2008). « Quand l'Histoire courtise le roman : la revue *Historia* comme exemple d'Histoire romanesque ». *Romanesque*, n° 4, pp. 8397.
- Letourneux M. & Mollier J.-Y. (2011). *La Librairie Tallandier. Histoire d'une grande maison d'édition populaire (1870-2000)*. Paris : Nouveau monde Éditions.
- Loriou C. (2023). « Les Micros de l'histoire. Les émissions d'histoire diffusées à la radio française (1945-2014) ». Thèse de doctorat en histoire (M. Tsikounas dir.). Paris : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.
- Mistler J. (1964). *La Librairie Hachette de 1826 à nos jours*. Paris : Hachette.
- Mollier J.-Y. (1999). *Louis Hachette (1800-1864). Le fondateur d'un empire*. Paris : Fayard.
- Mollier J.-Y. (1988). *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition 1880-1920*. Paris : Fayard.

Monfrin J. (1978). *Honoré Champion et sa Librairie. 1874-1978*. Paris : Honoré Champion.

Naudin C., Lancereau G. & Bril M. (2019). «“Laissez-vous guider” (France 2) : la balade réactionnaire de Bern et Deutsch dans le Paris révolutionnaire» [en ligne]. *Acrimed*, 28 mai 2019 [URL : <https://www.acrimed.org/Laissez-vous-guider-France-2-la-balade>].

Olivero I. (1999). *L'Invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIX^e siècle*. Paris : IMEC, Éditions de la MSH.

Parinet É. (1992). *La Librairie Flammarion. 1874-1914*. Paris : Imec Éditions.

Safa I. (2023). *Alexandre Dumas*. Paris : PUF.

Sorel P. (2016). *Plon. Le sens de l'histoire*. Rennes : PUR.

Tesnière V. (1990). «L'histoire aux éditions Alcan (1874-1939)». *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 28, pp. 15-28.

Varry D. (2009). *Histoire des bibliothèques françaises. T. III : Les bibliothèques de la Révolution et du XIX^e siècle : 1789-1914*. Paris : Électre.

Veyrat-Masson I. (2000). *Quand la télévision explore le temps : l'histoire au petit écran, 1953-2000*. Paris : Fayard.

Wanegffelen T. (1992). «Histoire des historiens, histoire du grand public : le grand malentendu». *Études*, t. 377, n° 5, pp. 481-489.

