

FRÉDÉRIC BARBIER

L'EMPIRE DU LIVRE

*Le livre imprimé et la construction
de l'Allemagne contemporaine .
(1815-1914)*

Préface par Henri-Jean MARTIN

LES ÉDITIONS DU CERF
PARIS

1995

Table des matières

Préface par Henri-Jean MARTIN.....	I
Avertissement.....	5
INTRODUCTION.....	7
L'identité nécessaire et la culture écrite.....	9
<i>Culture et modèle culturel</i>	9
<i>Culture et communication</i>	12
L'"Ancien Régime typographique".....	15
La seconde révolution du livre.....	18
L'"invention de l'Allemagne" et la librairie.....	21
PREMIÈRE PARTIE : LE MARCHÉ ET LE PRODUIT	
Chapitre premier. De nouvelles opportunités, une production multipliée.....	29
Évolution du marché potentiel du livre.....	30
<i>Population et urbanisation</i>	31
<i>Alphabétisation et scolarisation</i>	33
<i>Richesse moyenne et économie de la consommation</i>	35
Facteurs et structures géographiques.....	38
Le produit : la production imprimée.....	42
<i>Sources et méthodes</i>	42
<i>La bibliographie rétrospective et courante allemande</i>	43
<i>Courbe de la production imprimée</i>	46
Chapitre II. L'innovation du produit.....	51
Évolution thématique de la de la production imprimée.....	52
<i>Les secteurs en difficulté</i>	52
<i>Les secteurs en expansion</i>	55
<i>Discours et réalités éditoriales</i>	57

L'innovation structurelle.....	60
<i>L'éditeur et l'innovation éditoriale</i>	60
<i>L'innovation structurelle</i>	61
<i>Les tirages et les prix</i>	68
<i>Les marchés de masse</i>	70
Chapitre III. Les recherches éditoriales.....	75
Conjoncture traditionnelle et volonté novatrice :	
le modèle encyclopédique "revisité".....	76
Sur les marges de la librairie établie.....	80
La librairie "installée" : les cotta.....	83
Les éditeurs face à l'ouverture des marchés :	
Ernst Keil et la "feuille familiale illustrée".....	87
Le modèle de la collection industrielle et la <i>Universal</i>	
<i>Bibliothek</i> de Anton Philipp Reclam.....	92
Chapitre IV. Les années impériales.....	99
La course au public.....	99
<i>Le roman</i>	100
<i>L'actualité</i>	102
La recherche de la qualité.....	107
<i>Exploiter une nouvelle conjoncture</i>	107
<i>Deux modèles Wilhelm Friedrich</i>	
<i>et Samuel Fischer</i>	109
<i>Le fond et la forme, la forme et le fond</i>	112
<i>Eugen Diederichs</i>	113
<i>L'Insel</i>	116

DEUXIÈME PARTIE : HOMMES ET PROFESSIONS DU LIVRE

Introduction. Le préalable législatif.....	125
Chapitre premier. La "librairie".....	135
L'édition.....	137
L'éditeur : la fonction et les hommes.....	137
<i>L'identité nécessaire : les auteurs et les fonds</i>	
<i>éditorial</i>	141
<i>Le travail de l'éditeur</i>	145
<i>Typologie et distribution des maisons allemandes</i>	
<i>d'édition</i>	147
L'assortiment.....	152

Les réseaux de l'assortiment et l'élargissement des canaux de diffusion.....	159
<i>Une pesée globale</i>	159
<i>Le personnel</i>	161
<i>L'assortiment comme espace social et culturel</i>	63
<i>D'autres canaux de diffusion</i>	169
La librairie intermédiaire.....	177
<i>Organisation fonctionnelle de l'espace du livre</i> ...	176
<i>Géographie de la commission</i>	180
<i>Grossistes et "Barsortimenter"</i>	182
Un domaine spécifique : le livre ancien et	
La librairie allemande d'Antiquariat.....	184
<i>Définition et conjoncture de l'Antiquariat allemand</i>	184
<i>Pratique de l'Antiquariat</i>	186
<i>Un modèle : Otto Harrassowitz</i>	191
 Chapitre II. Formation, solidarités et pratiques professionnelles	193
L'éthique de la professionnalisation.....	194
<i>Une activité très spécialisée</i>	194
<i>La formation professionnelle</i>	195
Les pratiques de la librairie allemande.....	200
<i>Commerce de troc et commerce au comptant</i>	200
<i>La "condition et les pratiques de paiement</i>	201
<i>Les foires allemandes du livre</i>	204
<i>Théorie et pratiques des usages</i>	206
Les cadres des solidarités.....	217
<i>L'idée et la pratique associatives</i>	217
<i>Les solidarités familiales</i>	224
 Chapitre III. Une géographie du livre.....	229
Retour sur la géographie allemande.....	229
<i>Les grands axes de la diversité géographique allemande</i>	229
<i>Spécificité de la géographie du livre</i>	233
La géographie des librairies prussiennes.....	234
<i>La logique des localisations</i>	238
Les autres états allemands.....	241
<i>Les principaux États</i>	241
<i>Les petits États</i>	246

Chapitre IV. L'Allemagne et la librairie internationale..	257
Le cadre général des échanges.....	257
<i>Le "commerce" culturel des nations</i>	257
<i>Les catégories juridiques</i>	259
Les réseaux de la librairie allemande internationale.....	263
<i>Sociabilité de la librairie internationale</i>	263
<i>Les principales maisons franco-allemandes</i>	264
<i>Un bilan des échanges</i>	274

TROISIÈME PARTIE : LES INDUSTRIES POLYGRAPHIQUES

Chapitre premier. Les cheminements de l'innovation techniques.....	285
Les conditions de l'innovation technique.....	285
<i>Quelques concepts autour de l'histoire des techniques et de l'innovation</i>	286
<i>Conjonctures nationales et marché mondial</i>	287
La diffusion de l'innovation.....	289
<i>Les conditions du succès</i>	289
<i>La seconde révolution du livre</i>	290
La presse à imprimer et la composition.....	296
<i>Les débuts de König et Bauer</i>	296
<i>Les presses mécaniques en Allemagne</i>	301
<i>La rotative</i>	302
<i>La mécanisation de la composition</i>	307
Les techniques de l'image.....	313
<i>Le bois et l'acier</i>	313
<i>La lithographie</i>	316
<i>Les applications de la photographie</i>	320
Chapitre II. Structure et conjoncture : les effets de l'innovation technique.....	325
Les structures de production industrielle.....	325
<i>Productivité, capital fixe et amortissement des machines</i>	325
<i>Effets de la mécanisation</i>	328
Les principales entreprises polygraphiques : jalons pour une approche micro économique et socio culturelle.....	331

<i>Le temps des familles quelques maisons du premier XIX^e siècle</i>	331
<i>Les usines à livres</i>	339
Gestion et productivité industrielles : les facteurs de production.....	342
<i>Le confort et l'hygiène</i>	343
<i>Les "cols blancs"</i>	345
<i>Le problème des disponibilités financières, les banques et la concentration capitaliste dans l'imprimerie et l'édition</i>	350
Chapitre III. Le capital et le travail	361
Les effectifs des imprimeries typographiques allemandes	363
<i>Libraires et imprimeurs</i>	364
<i>La population des imprimeries typographiques allemandes</i>	365
Le capital	369
<i>La motorisation</i>	370
<i>Les machines à imprimer</i>	373
<i>Les autres machines</i>	380
Le travail.....	381
<i>Effectifs et répartition des ouvriers allemands du livre</i>	381
<i>Le facteur travail</i>	385
<i>Les organisations professionnelles</i>	387
<i>Équilibre interne des facteurs de production</i>	399
<i>Typologie régionale et locale des facteurs de production</i>	405
 QUATRIÈME PARTIE : LIVRES, LECTEURS, LECTURES	
Préambule : de l'histoire du livre à l'histoire de la lecture.....	421
<i>Le pays du livre</i>	421
<i>Méthodes d'histoire du livre et de la lecture</i>	423
Chapitre premier. Les formes du livre	429
Livre français et livre allemand.....	429
<i>Lumières et nationalités</i>	429
<i>L'invention du romantisme allemand</i>	432

La librairie "savante" : du romantisme au nationalisme.....	436
<i>Un modèle : les Monumenta Germaniae historica</i>	436
<i>Intellectuels et libraires de Berlin</i>	437
<i>Le problème du caractère typographique</i>	441
Continuité et classicisme le style du livre chez Cotta	443
Le livre allemand des années 1840-1890.....	447
<i>Le texte et l'image</i>	448
<i>Les tendances de l'image</i>	450
<i>Le livre industriel</i>	453
Le retour de la forme subjective	457
<i>Un monde en déconstruction</i>	457
<i>Un art mineur le livre</i>	458
Chapitre II. Lecteurs	463
Lecture et politique	463
<i>Public éclairé et public de masse</i>	466
L'innovation dans les pratiques de consommation.....	469
<i>Les déterminants communs une typologie</i>	469
<i>Structure des dépenses de distraction les "styles de vie"</i>	472
Les déterminants spécifiques	473
<i>Une géographie des consommations</i>	474
La place des choix individuels.....	478
<i>Un nouveau "style de vie"</i>	478
<i>Les catégories moyennes</i>	480
<i>Les mondes ouvriers</i>	483
<i>Au-delà des villes</i>	490
Chapitre III. Le livre dans la cité : une écologie	497
Espaces intermédiaires.....	498
<i>L'espace non spécialisé et le processus d'acculturation urbaine</i>	498
<i>L'espace spécialisé</i>	499
La social-démocratie et le livre	512
<i>La culture et l'imprimé dans l'espace politique social-démocrate</i>	512
<i>Structures social-démocrates de production et de diffusion</i>	514
<i>Les bibliothèques social-démocrates</i>	516



Espaces symboliques..... 517
L'espace institutionnel de l'imprimé..... 517
La bibliothèque princière et savante 519
La lecture publique..... 523

Chapitre IV. Lectures..... 533
 Le livre, le lecteur et l'historien 533
 Aux marges du livre..... 536
Le livre ignoré 537
L'acculturation et la promotion par le livre 541
 Anciennes et nouvelles familiarités 549
L'héritage de Goethe..... 549
La culture des Européens..... 552
La collection de livres collections constituées et collections héritées..... 555
La grande bourgeoisie réformée et le modèle des Buddenbrook..... 558
 Les lectures face à l'industrialisation 561
La noblesse, l'armée et le livre déprécié..... 561
Le livre banalisé, la lecture industrielle et la "récréation"..... 565
Niveaux de lecture, lecture orale et lecture silencieuse 567

Conclusion. La librairie allemande..... 573

Cartes de référence 576

Tableau des unités monétaires..... 586

Index Nominim 587

Table des abréviations et des appellations géographiques 605

Table des matières..... 606

Achévé d'imprimer en février 1995 sur système Variquik par l'imprimerie SAGIM à Courtry

Dépot légal : février 1995
 ion/9921 - N° d'impression : 1103

T 12 799 500

12.799.500

TAV