REITH, Reinhold, MEYER, Torsten, *Luxus und Konsum. Eine historische Annäherung*

Guillaume Garner

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/799>

DOI : 10.4000/ifha.799

ISSN : 2198-8943

Éditeur

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

Référence électronique

Guillaume Garner, « REITH, Reinhold, MEYER, Torsten, *Luxus und Konsum. Eine historische Annäherung* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 janvier 2005, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/799> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.799>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

©IFHA

REITH, Reinhold, MEYER, Torsten, *Luxus und Konsum. Eine historische Annäherung*

Guillaume Garner

- 1 Issu d'un colloque organisé en 2000 à l'université de Salzbourg, ce recueil de contributions se donne pour objectif de contribuer à une meilleure compréhension de la consommation et du luxe entendus comme des phénomènes sociaux globaux. Comme le montrent l'introduction générale de R.R. (« Luxe et consommation. Une approche historique ») et surtout le bilan historiographique de R. BECK, la problématique de ce volume doit moins aux réflexions naguère esquissées par Werner Sombart qu'à deux types de travaux ayant renouvelé l'approche de la consommation : d'une part, les historiens s'intéressant aux prodromes de la « révolution industrielle » ont montré que la consommation et la sphère de la demande avaient joué, dans les mutations économiques qu'a connues l'Europe à partir du milieu du XVIIIe s., un rôle qui avait jusque-là été sous-estimé au profit des phénomènes relevant de la sphère de l'offre et de la production (et notamment des mutations techniques) ; d'autre part, un certain nombre d'études, relevant non seulement des « cultural studies », mais également de l'histoire du genre, ont élaboré une approche plus « culturaliste » de la consommation, qu'elle soit somptuaire ou qu'elle concerne des biens courants.
- 2 Les deux articles déjà cités sont suivis de deux contributions s'intéressant aux discours sur la consommation et le luxe : U. WYRWA retrace l'histoire de ces deux concepts du XVIIIe s. à nos jours, tandis que T.M. s'intéresse au statut de la consommation dans les textes économiques allemands de l'époque moderne, ces deux études montrant à quel point la fin du XVIIIe s. apparaît comme un moment-charnière dans l'élaboration d'un discours soulignant les effets économiques positifs de la consommation – en dépit des approches critiques de la société de consommation qui sont apparues, tant dans l'ancienne RDA que dans la mouvance contestataire des années soixante.
- 3 Si on met à part l'ultime article d'E. HARNISCH, qui envisage la société de consommation comme une cause de la sécularisation des sociétés occidentales de la

seconde moitié du XXe s., les huit autres contributions privilégient dans leur majorité une approche de type culturaliste, insérant les phénomènes de consommation entre généralisation de marchandises au départ considérés comme des biens de luxe et émergence de nouvelles consommations comme signe d'une volonté de « distinction » au sens bourdieusien du terme : G. DORHN-VAN ROSSUM traite ainsi des horloges et des montres du XIIIe au XIXe s., W. KÖNIG de l'automobile au XXe s., R. HOFFMANN et Cl. SCHÖNDORFER des consommations culturelles à partir du cas du festival musical de Salzbourg, tandis que H.-P. MÜLLER s'intéresse à la consommation de biens de luxe de la frange supérieure de la classe ouvrière aux XIXe et XXe s. Cette impression d'une approche privilégiant à l'excès la dimension culturelle de la consommation est cependant heureusement corrigée par les deux contributions s'intéressant aux mécanismes de distribution, celle de G. BAYERL sur l'eau courante à Berlin au XIXe s. et celle de M. JOHN sur l'émergence de la grande surface dans la ville de Linz depuis les années 1890. Dans son étude sur les consommations de denrées de luxe aux XVIIe et XVIIIe s., Ch. M. MERKI souligne ainsi la nécessité de ne pas perdre de vue ni la dimension économique de la consommation (la production de ces denrées, la constitution de marchés spécifiques), ni sa dimension politique, la consommation étant également un enjeu pour l'État. Ce dernier aspect est d'ailleurs au centre de l'étude d'I. MERKEL sur la RDA, qui souligne la discordance entre les modèles idéaux et les possibilités réelles de consommation de la population est-allemande.

4 Guillaume GARNER (École Normale Supérieure

5 Lettres et Sciences Humaines, Lyon)