



CLIO. Histoire, femmes et sociétés

11 (2000)

Parler, chanter, lire, écrire

Nancy L. GREEN

Leora AUSLANDER. *Taste and power : furnishing modern France*. Berkeley : University of California Press, 1996. 495 p.

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Nancy L. GREEN, « Leora AUSLANDER. *Taste and power : furnishing modern France*. Berkeley : University of California Press, 1996. 495 p. », *CLIO. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 11 | 2000, mis en ligne le 20 mars 2003, consulté le 11 février 2012. URL : <http://clio.revues.org/249>

Éditeur : Presses universitaires du Mirail

<http://clio.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://clio.revues.org/249>

Document généré automatiquement le 11 février 2012. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

Tous droits réservés

Nancy L. GREEN

Leora AUSLANDER. *Taste and power : furnishing modern France*. Berkeley : University of California Press, 1996. 495 p.

- 1 Le goût s'apprend. Il est une construction sociale qui vient tantôt d'« en haut » tantôt d'« en bas ». Il est aussi affaire de pouvoir et de médiateurs culturels, de « professionnels du goût » (*taste professionals*) comme Leora Auslander le met si bien en évidence dans son analyse de l'ameublement français de la Cour de Louis XIV au tournant du XXe siècle. La chaise, le fauteuil, la commode sont autant d'objets qui prennent un nouveau sens à la lecture de ce livre très bien illustré par une presse universitaire américaine.
- 2 L'ouvrage puise son inspiration à deux sources : l'expérience de l'auteur dans un atelier d'ébéniste et sa réflexion sur deux modes esthétiques différentes représentées par ses deux grand-mères. À partir de ces deux « terrains » préliminaires et de ses recherches approfondies dans les archives françaises, Auslander nous propose une réflexion fouillée des questions du savoir-faire et du savoir-consommer.
- 3 Le livre commence, comme il se doit, à la Cour. Il faut remonter à l'Ancien Régime pour comprendre l'engouement pour les chaises Louis XIV jusqu'à aujourd'hui. Tout en montrant ce qui peut nous sembler l'évidence même - la Cour comme « *trendsetter* » (celui qui donne le ton) - Auslander indique la complexité et les limites du modèle monarchique. Le « paradoxe de l'absolutisme » réside dans le fait que le roi et sa Cour avaient beau lancer les styles, l'organisation de la production (à travers les corporations et le compagnonnage, les ateliers royaux, et même certains quartiers tel le faubourg St. Antoine, tous en concurrence les uns avec les autres) limitait les possibilités d'imitation sur une grande échelle. Néanmoins, selon Auslander, les structures de production aux XVIIe et XVIIIe siècles, et leurs rapports étroits mais négociables avec la Monarchie et ses besoins de représentation, créaient les conditions pour une production créatrice souvent considérée comme non surpassée depuis. Or, si l'organisation d'une culture de production dans l'Ancien Régime a permis l'élaboration d'un style qui était utilisé par le régime comme une véritable arme esthétique d'Etat, « la mort de l'absolutisme [de la production comme de la consommation] signifiait la mort du style absolutiste » (p. 183).
- 4 Auslander explore ensuite l'avènement du régime d'ameublement bourgeois. Il se distingue du précédent comme une transition du « style » au « goût ». Pour Auslander, entre les Première et Troisième Républiques s'effectue une diminution des usages politiques directs de représentation de l'ameublement vers un usage plus social (bien que le Second Empire restaure un dernier « style d'Etat »). Les médiateurs du nouveau goût sont ces *taste professionals* qui, à travers les expositions universelles, les écoles, les bibliothèques, les grands magasins, la publicité (déjà, à travers les *Almanachs*) cherchent à créer un répertoire du goût destiné à la classe moyenne, tout en proposant une esthétique distincte - différences de classe oblige - pour la consommation ouvrière.
- 5 Dans un chapitre clef (n° 6 : « The Separation of Aesthetics and Productive Labor »), Auslander pose la question de l'effet de ces transformations sur le rapport entre l'artisan (homme) et son objet. Le déclin d'une culture de production disperse puis sépare le culturel du manuel, l'élaboration de l'esthétique des lieux de production. Du coup, tandis que certains artisans - les compagnons, Agricol Perdiguier en tête - gardent un discours sur l'art, d'autres délaissent de plus en plus souvent cet aspect pour se tourner vers les questions de l'organisation du travail à travers sociétés de secours mutuels et syndicats. Cette rupture entre l'artisan artiste et l'artisan fabricant, la séparation croissante entre art et industrie, et le détournement progressif de la plupart des travailleurs du meuble des responsabilités artistiques, définit, pour Auslander, le drame du XIXe siècle. Et cette séparation est doublée, selon elle, en partie, par une

- différenciation par genre sexuel. La production et les syndicats deviennent des lieux d'identité masculine ouvrière tandis que la consommation se féminise.
- 6 Ayant démontré (et regretté) cette perte de goût parmi les producteurs, Auslander revient à la consommation et à ses multiples sens dans le dernier tiers du livre. Pour elle, la fin du XIXe siècle n'est pas l'avènement d'une consommation de masse mais d'une consommation (élargie certes) bourgeoise. Elle explore les représentations sociales du pouvoir sous la Troisième République à travers ses buffets, fauteuils, canapés et autres armoires. La bourgeoisie se définit par sa collection de meubles style monarchique autant que par ses critiques vis-à-vis du même goût de pastiche dans la classe ouvrière. Femmes et hommes (dandys et collectionneurs) deviennent des consommateurs avertis de la fin du XIXe tandis que des siècles entiers se trouvent désignés comme plutôt « masculins » (la Renaissance) ou « féminins » (le XVIIIe) à la Belle Epoque.
- 7 Auslander termine avec les perceptions de la crise du goût au tournant du vingtième siècle et les efforts pour y remédier à travers écoles, magazines et bibliothèques dédiés aux arts décoratifs ainsi qu'aux efforts pour refaçonner un travail créatif chez les artisans et les consommateurs plus éclairés. Le débat débouche sur des questions relatives à la responsabilité de l'État pour intervenir dans les affaires de goût. La République n'est pas la monarchie, d'autant plus que les distributeurs sont contents de vendre ce qui se vend bien et se montrent rétifs à l'intervention de l'enseignant du goût. Auslander conclut sur ce paradoxe entre goût et marché, goût et démocratie.
- 8 Historienne des relations sociales des sexes, Auslander est sensible, à chaque période, à la construction des féminités et des masculinités à la fois au niveau de la production mais surtout en ce qui concerne la consommation. On voit bien comment les définitions de la beauté se sont féminisées dès le règne de Louis XV. Femmes et maîtresses, à partir de Mme de Pompadour, ont pu jouer un rôle essentiel dans l'apprentissage, voire la définition, du goût. Le style Louis XVI lui-même était considéré comme « féminisé », marquant, selon Auslander, une véritable rupture entre le monarque et le style qui lui était associé. Après la Révolution, certaines femmes deviennent des professionnelles du goût, mais ce sont surtout des hommes d'élite qui reprennent ce rôle. Auslander s'inscrit ici en faux contre une vision trop monolithique de la féminisation de la consommation au XIXe siècle. Les ouvriers du meuble participent eux-mêmes à la destruction de la « culture de production » en se concentrant sur la lutte pour de meilleurs salaires et des horaires plus limités. Ils inventent, par la même occasion, une définition de la masculinité séparée d'un apprentissage esthétique (p. 145) et laissent la lutte pour le goût à d'autres. Émerge ainsi cette élite d'hommes (et une minorité de femmes) professionnels qui vont encadrer le marché du goût.
- 9 Le livre d'Auslander est lui-même un exemple très réussi de l'imbrication de domaines multiples : une appréciation des différents styles d'époque jointe à une connaissance pratique de la fabrication d'un meuble. Historienne du social, elle l'est aussi des façons de voir et de se meubler. Elle lie, de manière importante, les questions de production et de consommation tout en posant des questions clefs sur la représentation et le genre sexuel dans l'élaboration du goût.

Pour citer cet article

Référence électronique

Nancy L. GREEN, « Leora AUSLANDER. *Taste and power : furnishing modern France*. Berkeley : University of California Press, 1996. 495 p. », *CLIO. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 11 | 2000, mis en ligne le 20 mars 2003, consulté le 11 février 2012. URL : <http://clio.revues.org/249>

Droits d'auteur

Tous droits réservés
