

"Apprendre à consommer au XXe siècle", *Le Mouvement social*, n° 250, 2015

SABINE EFFOSSE (DIR.)



Présentation

Ce numéro varié met la focale sur un champ historiographique dynamique, l'histoire de la consommation au XXe siècle. Analysant deux organisations catholiques, la Ligue sociale d'acheteurs et l'Union féminine civique et sociale – représentant respectivement la consommation équitable et le consumérisme axé sur la défense des droits des consommateurs –, Marie-Emmanuelle Chessel interroge le rôle des catholiques dans l'organisation des consommateurs. Rebecca Pulju revient sur « l'art de faire son marché » dans les années 1944-1968, en analysant l'importance accordée à la responsabilisation et l'éducation des consommatrices. Orsi Husz propose un décentrage de regard au travers du cas suédois et d'une initiative atypique, les campagnes d'information organisées par une banque à destination des femmes, pour montrer le consumérisme des femmes et la financiarisation de la vie quotidienne dans les années 1960.

Un second dossier traite des dynamiques de marché et des processus de concentration en milieu rural. Alors que Johan Vincent met en avant la dualité des effets des grandes propriétés foncières sur la littoralisation des sociétés en France entre 1750 et 1970, Stéphane Lembré analyse, via la Chambre syndicale des meuniers du Nord de la France, les transformations de la meunerie entre 1914 et 1987, sous l'effet de mutations techniques engagées dès la fin du XIXe siècle et de l'instabilité des marchés.

Enfin, Bernd Zielinski revient sur les origines théoriques de la cogestion ouvrière dans les entreprises allemandes au prisme de la pensée et des évolutions de quatre grands théoriciens, Robert von Mohl, Gustav Schmoller, Friedrich Naumann et Fritz Naphtali.

S O M M A I R E

S a b i n e E f f o s s e
"Éditorial. L'art et la manière d'acheter. Apprendre à consommer en Europe dans le second XXe siècle", p. 3-7.

A p p r e n d r e à c o n s o m m e r a u X X e s i è c l e
M a r i e - E m m a n u e l l e C h e s s e l
"Catholiques militants et réforme de la consommation en France au XXe siècle", p. 9-28.

R e b e c c a J . P u l j u
"L'art de faire son marché". Responsabilisation et éducation des consommatrices dans les années
d'après-guerre (1944-1968)", p. 29-40.

O r s i H u s z

"Quotidien doré" : consommation des ménagères et domestication des banques dans la Suède des années 1960", p. 41-63.

Marchés et concentration en milieu rural
J o h a n V i n c e n t
"Grande propriété foncière et littoralisation des sociétés en France, 1750-1970", p. 65-79.

S t é p h a n e L e m b r é
"Séparer le bon grain de l'ivraie ? L'organisation patronale dans la meunerie du Nord (1914-1987)", p. 81-95.

Théories de la participation ouvrière en Allemagne
B e r n d Z i e l i n s k i
"Sur les origines historiques et théoriques de la codétermination dans les entreprises allemandes", p. 97-114.

Notes de lecture, p. 115-130.

Informations et initiatives, p. 131-135.

Mis à jour le 09 décembre 2015

▶ Informations techniques

Le Mouvement Social
2015/1, 144 p.

"Apprendre à consommer au XXe siècle"

éditorial:

[la fosse](#)

27-2671.

numéro de commande : 1961-8646. ISBN : 9782707185778.

<http://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2015-1.htm>

<https://idhes.parisnanterre.fr/publications/apprendre-a-consommer-au-xxe-siecle-em-le-mouvement-social-em-n-25>