

Urban History Review Revue d'histoire urbaine

URBAN HISTORY REVIEW
REVUE D'HISTOIRE URBAINE

Teaford, Jon C. *The Metropolitan Revolution: The Rise of Post-Urban America*. New York: Columbia University Press, 2006. 306 pp, illustrations, notes, index. ISBN: 0-231-13372-3; paper: ISBN: 0-231-13373-1

Richard Harris

Volume 36, Number 2, Spring 2008

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1019180ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1019180ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Urban History Review / Revue d'histoire urbaine

ISSN

0703-0428 (print)

1918-5138 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Harris, R. (2008). Review of [Teaford, Jon C. *The Metropolitan Revolution: The Rise of Post-Urban America*. New York: Columbia University Press, 2006. 306 pp, illustrations, notes, index. ISBN: 0-231-13372-3; paper: ISBN: 0-231-13373-1]. *Urban History Review / Revue d'histoire urbaine*, 36(2), 64–65.
<https://doi.org/10.7202/1019180ar>

determining who rules, he demonstrates why the environment belongs at the centre of urban history.

Platt also demonstrates the enormous promise of comparative history. Comparing Manchester and Chicago—cities with different histories and political systems, but facing similar challenges of industrialization and transformation—generates otherwise inaccessible insights into the implications of political culture, the local environment, factors influencing adoption of science and technology, and the segregation of classes. *Shock Cities* is an exhaustive analysis, with implications far beyond 19th century Manchester and Chicago.

Stephen Bocking
Trent University

Teaford, Jon C. *The Metropolitan Revolution: The Rise of Post-Urban America*. New York: Columbia University Press, 2006. 306 pp, illustrations, notes, index. ISBN: 0-231-13372-3; paper: ISBN: 0-231-13373-1

No historian does a better job than Jon Teaford of writing overviews of periods or issues in U.S. urban history. His latest offering, *The Metropolitan Revolution*, is typical: accessible and balanced, it is a concise survey of what has been happening to U.S. metropolitan areas since 1945. For anyone who is looking for such a factual survey—and this is likely to include urbanists in a variety of fields and disciplines—this book can be strongly recommended, with two reservations.

Although Teaford does not come out and say it, *The Metropolitan Revolution* is surely intended as a text. It does not claim to offer a novel interpretation but instead traces in a generally uncontroversial way the outlines of urban change. More than many historians might, Teaford pays full attention to the shifts in economic and social geography, most notably between cities and suburbs. Appropriately, his account is broadly chronological. He opens by sketching the urban scene in 1945: the monocentric urban centre, comprehended best by sociologists of the Chicago school, when the city was dominant numerically, economically, symbolically, and also in political terms. He then traces the attempts that cities made, with the collusion of federal governments, to maintain their pre-eminence, for example through the program of urban renewal. These efforts proved to be largely ineffectual, and in many cases were overwhelmed by a combination of forces that promoted decentralization. Teaford discusses the familiar culprits: affluence, the automobile, federally-subsidised freeways and guaranteed mortgage insurance. By the 1960s the cities were in trouble, caught in a tightening fiscal vice as concentrations of the poor and minorities placed heavy demands on public services while returning little in the way of property taxes. In different ways race riots and busing speeded the flight of the middle classes, some of whom were African-American. Beginning in the 1970s, some cities began to experience a revival, most obviously expressed in gentrifi-

cation. Teaford gives appropriate weight to this trend, noting that it has often been associated with a revival of the central city's economy. The clock has not been turned back, however: industry has been lost and replaced by offices or by convention and tourist facilities, often tied to sites and events of urban spectacle. But Teaford correctly emphasized that the impact of such revivals remain variable and limited. The overwhelming trend is still outwards in the form of a dispersed sprawl that continues to defy attempts to define, explain, and above all limit it.

The book has much to recommend it. There are a good number of well-chosen illustrations (although no maps); the prose is never less than serviceable; the overall structure of the book is sensible; and the narrative is outstandingly clear. Indeed, I cannot recall a book of this kind where the argument flowed so well. Teaford writes with authority, includes a substantial number of references, and makes effective use of contemporary newspaper accounts. These provide him with some nice examples and quotes that help bring the argument alive. Perhaps most impressive is the seamless way in which he moves from the early postwar period, now the subject of historical scrutiny, into the near present, still the prerogative of social scientists and policy analysts. He tends to blend rather than highlight the areas of debate but the latter are not wholly ignored. For example, he discusses the downsides of gentrification as well as the upsides, and sketches the recent critique of sprawl. Some topics receive rather less attention than they merit. Among these the changing level and geography of urban employment, and especially manufacturing is arguably the most important. And social scientists will look in vain for discussion of some of the theoretical issues that have exercised them in the past couple of decades. For example, I did not note any reference to postmodernism (either in architecture or urban design), to the 'LA School' of urban theory, or to the controversially 'cultural,' as opposed to economic, interpretations of urban consumption. *The Metropolitan Revolution* may survey the territory that is covered by social scientists but it does so in the non-theoretical way that is the norm among urban historians. In its way that is fair enough, and indeed in some respects refreshing.

One temporary and two permanent features of the book will limit its usefulness. The (hopefully) temporary is that my copy repeated pages 25–56 and omitted pages 89–120. (If, in complete copies of the book, the latter include egregious errors or dazzling perceptions then this reviewer must be excused for failing to note them.) The two permanent features include a limitation and a fault. The limitation is that Teaford offers very little discussion of the environmental consequences of metropolitan growth. A decade ago such an omission would have been understandable, if regrettable. Today, when the environmental consequences of sprawl are widely understood to be a vital issue, this omission in a broad survey is problematic. The fault is the frustrating index. Appropriately enough, the text includes discussions of downtown, suburbs,

and sprawl; of redlining and segregation; of women and immigrants; of commuting, busing and race. Amazingly, none of these terms (or close equivalents such as 'inner city,' 'urban fringe,' 'gender,' 'ethnicity,' and 'journey-to-work') appear in the index. Instead, most of the major entries pertain to specific metro areas—New York gets almost half a page—while many minor entries are for minor places—from Addison, Ill., through Lawrence, N.Y., to Worcester, Mass. If, as I suspect, this is the work of an automated indexing system, then *The Metropolitan Revolution* exemplifies the problems with this procedure better than any book I know. The index will surely limit the usefulness of the book as a text. This is a pity, for in many ways this is an exemplary survey of a large, and growing, subject.

Richard Harris
McMaster University

Warren, Jean-Philippe. *Hourra pour Santa Claus! La commercialisation de la saison des fêtes au Québec, 1885–1915*. Montréal, Boréal, 2006. 302 p.

Rédigé dans un style clair et énergique, *Hourra pour Santa Claus* jette un regard concis sur la transformation culturelle et économique de ce qui est communément appelé la saison des fêtes, soit la quinzaine de jours allant du 25 décembre au 6 janvier, et plus particulièrement sur la fête de Noël. Warren nous rappelle que la commercialisation de cette fête ne date pas des dernières décennies et de l'avènement de la société de consommation de masse, mais tire plutôt ses origines des changements apportés à la société traditionnelle québécoise par l'industrialisation et l'urbanisation au XIX^e siècle. Les modifications apportées par la prégnance accrue du capitalisme dans la vie quotidienne des Canadiens français se répercutent dans leur façon de célébrer les fêtes. La culture religieuse, au même titre que l'ensemble de la culture canadienne-française, est modifiée par la société de consommation, et la célébration de Noël ne fait pas exception. Toutefois, la commercialisation de Noël ne se fait pas nécessairement aux dépens de la célébration religieuse de la fête de la Nativité, mais se met plutôt en place dans le cadre d'un processus dynamique qui témoigne des interactions entre une Église traditionaliste et la société de consommation, entre les tenants d'une fête religieuse et ceux d'une fête commerciale, chacun tentant de s'adapter à l'autre et de façonner les représentations de cette période de l'année dans l'imaginaire collectif. Pour les élites religieuses, il s'agirait « d'une réaction moderne à la modernité » qui vise non pas à contrecarrer l'évolution sociale de la fête mais à la récupérer à une fin religieuse. Pour les marchands et la presse populaire qui leur sert de porte-voix, il s'agit de tirer profit—dans tous les sens du mot—du pouvoir d'achat accru du consommateur et à son goût de plus en plus développé pour le divertissement et le luxe.

Dans un premier temps, l'auteur soutient que la transformation culturelle de la saison des fêtes se fait à travers deux « grandes batailles » à propos de la représentation de celles-ci.

D'une part, le « petit Jésus » pourvoyeur d'étrennes et de récompenses aux enfants sages est remplacé par un père Noël ou un Santa Claus moins discriminant à propos du comportement des enfants, plus généreux au niveau matériel, et surtout, sans aucun scrupule lorsque vient le temps d'endosser un produit ou de prêter son image à des fins publicitaires. D'autre part, Noël devient plus important que le Jour de l'An dans le calendrier des fêtes. On assiste donc à une reconfiguration commerciale et capitaliste de fêtes célébrées jusque-là sous les auspices de la religion, sans pour autant que celle-ci en soit évacuée totalement. Dans un deuxième temps, plusieurs marqueurs sociaux et économiques permettent à l'auteur de retracer l'évolution de la commercialisation de la fête de Noël en particulier. L'auteur remarque avec justesse que l'achat de cadeaux, particulièrement pour les enfants, devient une composante essentielle de la célébration de cette fête, quoique son affirmation selon laquelle l'ouvrier se prive « de pain pour pouvoir offrir à sa fille une capuche de laine » mériterait une analyse mieux étayée et référencée. La généralisation de la consommation d'abondance—notamment en ce qui a trait à la décoration et à la nourriture—et du « shopping des fêtes » auprès de la population ouvrière et rurale, tout comme la diversification des produits offerts dans les magasins constituent d'autres marqueurs de la commercialisation de Noël. L'auteur avance aussi que la transformation de la saison des fêtes passe par la féminisation du magasinage. S'il ne fait aucun doute que les femmes représentent la majorité des consommatrices et que ce sont elles qui gèrent les emplettes de Noël au sein de la famille, rien n'indique que ce phénomène soit particulier à cette période de l'année. Malgré ce petit bémol, Warren se montre convaincant dans son analyse. La dernière partie de l'ouvrage est consacrée à la réaction des élites religieuses et conservatrices face au matérialisme et au caractère jugé profane du Noël moderne. Plutôt que de dénoncer la fête, la presse conservatrice tentera de récupérer la popularité grandissante de celle-ci pour inscrire des valeurs chrétiennes au cœur des célébrations, telles que la générosité, l'altruisme et la charité. Or, ces valeurs seront elles-mêmes récupérées par les commerçants qui encourageront leurs clients à être généreux et à faire preuve de bonté par l'entremise de biens matériels. Il en résulte une traditionalisation de la fête de Noël, soit une fête commerciale doublée d'une fête religieuse, l'une et l'autre trouvant sa justification dans leur coexistence au sein d'une société de consommation.

Le livre est destiné à un auditoire dépassant la communauté des historiens et des universitaires intéressés par l'avènement de la société de consommation au Québec. D'ailleurs, les anecdotes et les exemples, nombreux et accompagnés d'illustrations éloquentes, en rendent la lecture fort agréable. On peut dès lors pardonner à l'auteur quelques généralisations et analyses un peu succinctes, pour peu que celles-ci ne nuisent pas à la compréhension de l'idée générale. Ainsi, le fait que l'ouvrage porte surtout sur l'étude du cas montréalais malgré ce qu'en laisse entendre le titre passe toujours.