

Thème 02 Consommation et mode de vie

Consomme-t-on pour se différencier ou pour appartenir à un groupe?

Cela nous amène à traiter d'autres questions

Qu'est-ce que je consomme et pourquoi? Qu'est-ce qui influence ma façon de consommer? Pourquoi suis-je influencé par la mode? La publicité nous dicte-t-elle nos désirs?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

I. Je suis snob!

1.1 Analyse de publicité

*Je te propose d'analyser la publicité **Rolex** grâce à la fiche proposée dans les documents.
Tu feras ci-dessous une synthèse des différentes remarques*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2 La consommation ostentatoire et l'effet Veblen

	Veblen
.....	C'est bien Thorstein Veblen (1857/1929) cet immigré américain d'origine norvégienne qui est à l'origine de la notion de consommation ostentatoire et d'effet de distinction. Toute sa vie il s'est intéressé à la motivation qui poussent les individus à consommer. Il enseigna à Chicago puis à Stanford en Californie avant d'aller dans le Missouri. Il fut un piètre enseignant et les étudiants fuyaient souvent ses cours. Et pourtant il est considéré comme le père d'un courant de l'économie que l'on appelle l'Institutionnalisme et son livre principal The theory of the Leisure Class écrit en 1899 a connu un succès important. Il ne fut traduit en Français qu'en 1970!

1.3 le groupe de référence et l'effet de démonstration ou d'imitation
Que signifie « groupe de référence »?

.....
.....
.....
.....

La théorie de l'effet d'imitation.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

1.4 La distinction selon Bourdieu

Pour finir sur l'idée que la consommation est liée à une volonté de se distinguer, nous allons retrouver un célèbre sociologue français mort il y a peu de temps, P. Bourdieu.
Je te laisse découvrir et faire une synthèse de la biographie de ce grand intellectuel français, une référence que nous retrouverons souvent en SES.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

P. Bourdieu a écrit un livre en 1979, La distinction, où il montre entre autre que nos goûts, nos pratiques de consommation sont marqués par notre position sociale. Notre consommation permet alors de nous distinguer de notre groupe social. Mais nous consommons aussi pour se conformer aux façons de faire du groupe auquel on appartient. C'est ce que nous allons développer maintenant

II. Le conformisme du groupe d'appartenance

C'est au sociologue américain K. Merton que l'on doit cette notion de groupe d'appartenance.

Définis le terme

.....

.....

.....

2.1 Le mouton de Panurge

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 Les marques

Les sociétés ont très vite récupéré, à des fins mercantiles, ce phénomène de groupe. Les marques usent et abusent du phénomène. *A travers des exemples liés au vêtement tu vas me montrer que les marques correspondent à des codes que nous les adultes ne décryptons pas forcément.*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Après le TD "les choix des consommateurs sont socialement différenciés" ce thème sera terminé