

JE CONSOMME DONC JE SUIS ? DÉBAT SUR UNE QUESTION D'ACTUALITÉ

L'argent et le rapport des adolescents à la consommation sont-ils un des sujets « tabous » de la littérature jeunesse ? Rares sont les récits, romans, nouvelles destinés au jeune public dont l'argent est le thème central. De la même façon, on évite naturellement de parler argent dans les conversations et même parfois de l'aborder en classe.

Pourtant les adolescents d'aujourd'hui sont considérés comme des consommateurs à part entière et ces slogans, ces messages ou affiches qui font partie intégrante de leur quotidien sont savamment calculés pour les séduire.

À travers l'étude des textes du recueil, une recherche documentaire et un questionnement sur leurs goûts, leurs habitudes et leurs désirs, il nous a semblé judicieux de placer cette question sensible au cœur d'un débat qui vise à conduire les élèves à se documenter, s'informer, à réfléchir et à échanger, – et, surtout à exercer leur esprit critique afin de devenir, qui sait ?, des consommateurs avertis.

Objectifs principaux :

- aborder les premières notions d'argumentation : apprendre à exposer ses idées et donner des exemples ;
- apprendre à rechercher des informations pertinentes, à les classer et à les réemployer en cours de discussion ;
- apprendre à s'exprimer clairement dans le respect de la parole et de l'opinion de l'autre.

La préparation du débat s'organise autour de deux supports :

- Un questionnaire, anonyme, qui peut être proposé individuellement ou sous forme de micro-trottoir. Le professeur peut à loisir modifier les questions, conçues pour ne pas occasionner de jugement de valeur. (fiche élève 1)
- Une recherche lexicale et documentaire, pour trouver des exemples, des dates, des chiffres et des informations susceptibles d'alimenter la réflexion à venir. (fiche élève 2)

Selon l'orientation que l'enseignant désire donner au débat (plus historique, géographique, écologique...) nous proposons des thèmes et des questions interdisciplinaires à explorer avec les enseignants concernés. Les groupes de travail, de 2 à 4 élèves, seront constitués selon l'intérêt de chacun pour les matières associées et leurs affinités avec les questions.

Chaque groupe peut proposer un rapide compte-rendu (de quatre à cinq minutes), qui permettra d'alimenter et d'animer la discussion.

Les élèves peuvent également apporter d'autres supports (chiffres, statistiques, visuels, courts articles, etc.) qu'ils jugent utiles.

L'échange en classe donnera l'occasion aux élèves de confronter leurs idées et leurs arguments autour des questions proposées. Si certains sujets semblent délicats ou difficiles, il sera judicieux de leur demander pour quelles raisons ces questions « dérangent » ainsi que les problèmes qu'elles supposent ou soulèvent.

Questions et thèmes à explorer

A. Le groupe français / histoire : Comment consommait-on autrefois ?

L'on s'intéressera aux habitudes de consommation au XIX^e siècle, à partir des nouvelles du recueil, on recherchera, dans les nouvelles les habitudes de consommation des étudiants, des grisettes (*Mimi-Pinson*), des ménages (*Le Million*), des « bourgeois », ce qui faisait que l'on était considéré comme riche ou pauvre...

À consulter au CDI : le documentaire *Je consomme donc je suis* de Benoît Heilbrunn et Quentin Vijoux, éd. Nathan.

On complétera ces informations en recherchant des documents sur la naissance de la société de consommation (pour laquelle on doit remonter au XVII^e siècle et la cour de Louis XIV), celle des manufactures, les premières dates marquantes de la distribution, l'apparition du libre-service, l'évolution de la boutique traditionnelle au supermarché et à l'hypermarché...

Proposition de questions pour lancer le débat :

*Comment sommes-nous passés d'une société traditionnelle à une « société de consommation » ?

*Que signifie ce terme ? Quels en sont les limites et les inconvénients ?

B. Le groupe français / maths : Comment consomme-t-on, aujourd'hui, en 4^e ?

À ce groupe est réservé le dépouillement du sondage. On pourra établir les habitudes de consommation de la classe (si le sondage est individuel), des adolescents du collège (s'il a été élargi à d'autres classes).

Avec l'aide du professeur de mathématiques, pourra présenter les résultats sous forme de pourcentages, de schéma, de « camembert ». (Il est assez simple de produire des graphes avec un logiciel de type Excel)

Les élèves pourront également effectuer une recherche des « chiffres-clé » dans le documentaire.

Proposition de questions pour lancer le débat :

*D'après le test, consommer nous rend-il heureux ?

*Suis-je/sommes-nous des « fans » de nouveautés ?

*Consommons-nous à n'importe quel prix ?

C. Les groupes français / arts plastiques et français / musique : En quoi les messages publicitaires sont-ils fait pour séduire et provoquer les achats ?

Le groupe français-musique étudiera un ou plusieurs jingles : en quoi le message et la musique d'accompagnement sont-ils incitatifs ?

Le groupe français-arts plastiques présentera une à trois publicités extraites de magazines, de journaux... afin d'étudier la fonction incitative de l'image.

Proposition de questions pour lancer le débat :

*Sommes-nous des consommateurs « sous influence » ? (publicités, marques, produits phares, habitudes créées par l'apparition de nouveaux produits ... ?)

*Quel « bonheur » ou quel plaisir ressent-on à consommer ? À consommer toujours davantage ?

D. Le groupe français/ géographie : dis-moi comment tu consommes et je te dirai d'où tu viens.

Avec l'aide du professeur de géographie, les élèves procéderont à une recherche documentaire autour de la répartition des ressources dans le monde, l'opposition entre les pays industrialisés et les pays en voie de développement, les biens et habitudes de consommation dans quelques états représentatifs, sans oublier les « exclus de la consommation ».

On présentera chiffres, cartes et descriptions de façon organisée (nécessité d'un plan).

Proposition de questions pour lancer le débat :

*En quoi et dans quels pays la formule : « Dis-moi comment tu consommes, je te dirai qui tu es » peut-elle être justifiée ?

*Peut-on vivre dans un pays industrialisé au ^{xxi}e siècle sans devenir un hyperconsommateur ?

*Qui sont les « oubliés » de la consommation ? (quels pays sont concernés ? Qu'est-ce qui explique cette exclusion ?)

<http://donnees.banquemondiale.org> : des comparaisons intéressantes entre les pays.

www.planetoscope.com: un peu anecdotique, il fournit des statistiques en temps réel. Amusant.

E. Le groupe français / SVT : consommer mieux pour sauvegarder nos ressources ?

Un dernier groupe se penchera l'aspect écologique et environnemental de la consommation, avec la surconsommation, de l'accumulation des déchets, la pollution, le recyclage, les « bons gestes » à adopter au quotidien, etc.

Proposition de questions pour lancer le débat :

*Le terme consommation peut-il rimer avec raison ?

*Est-il urgent de prendre d'autres habitudes de consommation ? Si oui, lesquelles ?

*Un monde sans argent est-il envisageable ? Si oui, sous quelles conditions ? Si non, pourquoi est-ce une utopie ?

Correction de la question de vocabulaire :

Un bien de consommation : le terme désigne un bien fabriqué et destiné au consommateur. Les biens de consommation courante sont ceux qui sont achetés le plus fréquemment.

La société de consommation : l'expression, apparue dans les années 1950-1960, désigne une société au sein de laquelle les consommateurs sont incités à consommer toujours davantage de biens et de services de manière abondante. On n'achète plus seulement les produits pour leur utilité, mais parce qu'ils représentent une façon de se différencier et sont censés procurer du plaisir.

Le marketing : c'est l'ensemble des techniques visant à promouvoir un produit. Il s'agit de déterminer les besoins et désirs des clients et trouver une manière de les satisfaire de façon plus rentable et plus efficace que la concurrence.

Le merchandising : le terme renvoie à tout ce qui concerne la présentation attractive des produits en magasin ou en rayon.

La publicité : c'est l'ensemble des façons qui visent à sensibiliser l'acheteur potentiel à une marque ou à un produit. Il s'agit de montrer la différence entre un produit et d'autres pourtant très semblables et surtout de faire rêver le consommateur.

L'obsolescence programmée : nom donné à l'ensemble des techniques visant à réduire la durée de vie ou d'utilisation d'un produit afin que le consommateur le remplace plus souvent.

Un produit discount : un produit sans marque connue, vendu à prix bas et en masse.

Résultats du quizz : Quel consommateur suis-je ?

Vous avez obtenu :

Une majorité de A

L'argent et la consommation vous procurent du bonheur ? Vous pouvez revoir dès à présent vos habitudes afin d'éviter de devenir un « hyperconsommateur », sans nécessairement vous priver de ce plaisir.

Une majorité de B

Vous vous sentez à l'aise dans notre société de consommation et vivez joyeusement votre rapport à l'argent. N'oubliez pas de réfléchir et de comparer avant d'acheter !

Une majorité de C

Vous semblez être un consommateur averti qui évite les excès. L'environnement vous en remercie.

Une majorité de D

L'argent et la consommation vous laissent-ils vraiment indifférent ? Si oui, vous avez un comportement plutôt désintéressé et altruiste.