

**Classe : 1ere année
secondaire
Matière : Français**

Devoir de Synthèse N°2

**Durée : 2 heures
Thème : La société de
consommation**

Texte :

La publicité joue un rôle clé dans la construction des normes sociales et l'image de soi. En diffusant des représentations idéalisées, elle façonne les attentes et les comportements des individus. Les campagnes publicitaires mettent souvent en avant des corps parfaits et des modes de vie luxueux, créant ainsi des standards inaccessibles pour la majorité.

Les effets sur l'estime de soi sont particulièrement marqués chez les jeunes. Exposés à des modèles de beauté irréalistes, ils développent une perception déformée de leur propre apparence. Cette pression peut conduire à des troubles alimentaires, à une insatisfaction chronique et à une quête incessante de validation sociale.

Les publicités influencent aussi les normes sociales en dictant ce qui est perçu comme désirable. Elles incitent à la consommation de produits comme moyen d'atteindre le bonheur et la réussite. Ce phénomène renforce la matérialisation des relations sociales et l'émergence de comportements consuméristes.

La publicité influence aussi les relations interpersonnelles. En valorisant des produits comme symboles de statut et de réussite, elle modifie les dynamiques sociales. Les individus sont poussés à juger et à être jugés en fonction de leur capacité à consommer, ce qui peut accentuer les divisions sociales et économiques.

Les normes véhiculées par les publicités ne se contentent pas de façonner les comportements de consommation, elles influencent aussi les aspirations et les valeurs. Les jeunes grandissent avec l'idée que la possession de biens matériels est essentielle à la réussite et au bonheur, une croyance qui peut avoir des conséquences à long terme sur leur bien-être émotionnel et mental.

L'influence publicitaire ne se limite pas à des effets immédiats sur les comportements de consommation. Elle s'étend sur le long terme, avec des

répercussions profondes sur les individus et la société. L'une des conséquences majeures réside dans la distorsion des priorités. Les consommateurs, inondés de messages commerciaux, tendent à privilégier des désirs artificiels au détriment de besoins réels et essentiels.

L'impact économique de la publicité est aussi non négligeable. Elle conditionne les décisions d'achat et influence la structure de la demande. En favorisant une consommation de masse, la publicité contribue à l'épuisement des ressources naturelles et à une production excessive de déchets. Cette dynamique conduit à une dégradation environnementale croissante, posant des défis écologiques majeurs pour les générations futures.

La publicité ne se contente pas de façonner les comportements économiques ; elle influence aussi les valeurs culturelles. En véhiculant des stéréotypes et des idéaux de vie uniformisés, elle érode la diversité culturelle et impose des modèles de référence souvent éloignés des réalités locales. La pression pour se conformer à ces normes publicitaires peut conduire à une perte d'identité culturelle et à une homogénéisation des modes de vie.

« Effets négatifs de la publicité : quels impacts sur les consommateurs et la société ? », Infos Décideur.

Partie 1 : Compréhension (10 points)

- 1. Expliquez comment la publicité influence l'estime de soi des individus, en particulier des jeunes. (2 points)**

.....

.....

- 2. Selon le texte, de quelle manière la publicité façonne-t-elle les normes sociales et les comportements de consommation ? (2 points)**

.....

.....

- 3. Quels sont les impacts à long terme de l'influence publicitaire sur les priorités des consommateurs ? (2 points)**

.....

.....

4. Comment la publicité affecte-t-elle l'environnement et la consommation durable, d'après le texte ? (2 points)

.....

.....

5. En quoi la publicité peut-elle conduire à une homogénéisation des modes de vie et à une perte d'identité culturelle ? (2 points)

.....

.....

3/8

Partie 2 : Langue (10 points)

Section A : Cause et Conséquence

1. Identifiez dans le texte une phrase exprimant une cause et une autre exprimant une conséquence. (2 points)

.....

.....

2. Réécrivez la phrase suivante en utilisant une expression de cause différente : "Les jeunes développent une perception déformée de leur apparence en raison des modèles de beauté irréalistes diffusés par la publicité." (1 point)

.....

.....

3. Complétez la phrase suivante en exprimant une conséquence : "La publicité encourage une consommation de masse, si bien que..." (1 point)

.....

.....

Section B : Vocabulaire

1. Donnez un synonyme pour chacun des mots suivants extraits du texte : "idéalisées", "consoméristes", "érodent". (3 points)

.....

.....

2. Expliquez le terme "homogénéisation des modes de vie" tel qu'utilisé dans le texte. (1 point)

Section C : Procédés de reprise

1. Identifiez deux procédés de reprise utilisés dans le texte pour éviter les répétitions. Donnez un exemple pour chacun. (2 points)

Section D : Subjonctif

4/8

1. Complétez la phrase suivante en utilisant le subjonctif : "Il est essentiel que les consommateurs..." (1 point)

Partie 3 : Essai (10 points)

Rédigez un essai sur le sujet suivant : "Dans quelle mesure la publicité, la télévision et les réseaux sociaux influencent-ils les comportements des consommateurs dans la société de consommation moderne ?" Votre réflexion devra s'appuyer sur des exemples concrets et intégrer des connecteurs logiques pour structurer votre argumentation.

Correction

Partie 1 : Compréhension (10 points)

1. Expliquez comment la publicité influence l'estime de soi des individus, en particulier des jeunes. (2 points)

- La publicité diffuse des images idéalisées de la beauté et du mode de vie, ce qui pousse les jeunes à se comparer à des modèles inatteignables.
- Cette exposition répétée peut entraîner une insatisfaction corporelle, des troubles alimentaires et un besoin constant de validation sociale.

2. Selon le texte, de quelle manière la publicité façonne-t-elle les normes sociales et les comportements de consommation ? (2 points)

- La publicité présente certains produits et modes de vie comme des symboles de réussite et de bonheur.
- Elle incite ainsi à la consommation en faisant croire que posséder certains biens est essentiel pour être accepté socialement.

3. Quels sont les impacts à long terme de l'influence publicitaire sur les priorités des consommateurs ? (2 points)

- Les consommateurs privilégient des désirs artificiels imposés par la publicité plutôt que des besoins réels et essentiels.
- Cette surconsommation peut entraîner des problèmes financiers, une insatisfaction chronique et une course effrénée à l'achat.

4. Comment la publicité affecte-t-elle l'environnement et la consommation durable, d'après le texte ? (2 points)

- La publicité favorise une consommation excessive qui conduit à l'épuisement des ressources naturelles.
- Elle contribue à la production massive de déchets et à la pollution, aggravant ainsi les problèmes écologiques.

5. En quoi la publicité peut-elle conduire à une homogénéisation des modes de vie et à une perte d'identité culturelle ? (2 points)

- En imposant des modèles de vie uniformes et globalisés, la publicité efface les particularités culturelles locales.
- Cela pousse les individus à adopter des comportements et des valeurs standardisés au détriment de leur propre culture.

Partie 2 : Langue (10 points)

Section A : Cause et Conséquence

1. Identifiez dans le texte une phrase exprimant une cause et une autre exprimant une conséquence. (2 points)

- Cause : "Les jeunes développent une perception déformée de leur propre apparence en raison des modèles de beauté irréalistes."
- Conséquence : "Cette pression peut conduire à des troubles alimentaires et à une quête incessante de validation sociale."

2. Réécrivez la phrase suivante en utilisant une expression de cause différente :

"Les jeunes développent une perception déformée de leur apparence en raison des modèles de beauté irréalistes diffusés par la publicité."

- "Puisque la publicité diffuse des modèles de beauté irréalistes, les jeunes développent une perception déformée de leur apparence."

3. Complétez la phrase suivante en exprimant une conséquence :
"La publicité encourage une consommation de masse, si bien que..."

- "... les ressources naturelles s'épuisent rapidement et les déchets s'accumulent."

Section B : Vocabulaire

1. Donnez un synonyme pour chacun des mots suivants extraits du texte : (3 points)

- "idéalisées" → Exagérées, embellies
- "consoméristes" → Matérialistes, axés sur la consommation

6/8

- "érodent" → Affaiblissent, détériorent
2. Expliquez le terme "homogénéisation des modes de vie" tel qu'utilisé dans le texte. (1 point)
- Il s'agit du processus par lequel les différentes cultures tendent à disparaître au profit d'un mode de vie uniforme influencé par la publicité et les médias de masse.

Section C : Procédés de reprise

1. Identifiez deux procédés de reprise utilisés dans le texte pour éviter les répétitions. (2 points)
- Pronominalisation : "Elle s'étend sur le long terme..." (où "Elle" remplace "L'influence publicitaire").
 - Synonymie : "Les jeunes grandissent avec l'idée que la possession de biens matériels est essentielle à la réussite et au bonheur." (biens matériels = consommation)

Section D : Subjonctif

1. Complétez la phrase suivante en utilisant le subjonctif :
"Il est essentiel que les consommateurs..."
- "... prennent conscience des dangers de la surconsommation et adoptent un comportement plus responsable."

Partie 3 : Essai (10 points)

Sujet

"Dans quelle mesure la publicité, la télévision et les réseaux sociaux influencent-ils les comportements des consommateurs dans la société de consommation moderne ?"

Plan détaillé de l'essai :

Introduction

Présentation du sujet : La publicité, la télévision et les réseaux sociaux sont omniprésents et influencent profondément nos choix de consommation.

Problématique : En quoi ces médias façonnent-ils nos habitudes d'achat et nos perceptions sociales ?

Annonce du plan : Nous verrons d'abord l'influence psychologique et sociale de la publicité, puis son impact économique et écologique.

Développement

1. Une influence psychologique et sociale profonde

- Les publicités créent des besoins artificiels en associant les produits à des valeurs positives (bonheur, succès).
- Elles modifient notre image de nous-mêmes en nous comparant à des modèles irréalistes (corps parfaits, modes de vie luxueux).
- Les réseaux sociaux amplifient ce phénomène avec les influenceurs qui font la promotion de produits.

2. Un impact économique et écologique préoccupant

- La surconsommation entraîne des dépenses excessives et parfois des dettes.
- Les industries encouragées par la publicité produisent en masse, ce qui épuise les ressources naturelles.
- La multiplication des produits jetables engendre une pollution massive.

Conclusion

- Synthèse : La publicité et les réseaux sociaux façonnent nos désirs et habitudes, souvent au détriment de notre bien-être et de l'environnement.
- Ouverture : Faut-il réglementer davantage la publicité pour limiter ses effets négatifs ?