

## Éléments de correction de l'ECC n°2

Evaluation des Connaissances & de la Compréhension

### ✍ 1- Donnez 2 expressions synonymes de « classe supérieure ». /2

Bourgeoisie, classe aisée, classe dominante

### ✍ 2- Expliquez ce que signifient les propos des 2 femmes sur le dessin de presse ci-dessous. / 3

➔ Description de la scène hors sujet. La question cible « les propos ».

Double sens du mot « suis » : « je suis » : le verbe être, « je suis » : le verbe suivre.

La femme en jupe indique « *je consomme donc je suis* » c'est-à-dire qu'en achetant elle est un membre de la société, de sa classe sociale... elle appartient à la société, elle fait comme les autres. La femme en pantalon lui demande « *tu suis qui* » pour signifier que la première n'est pas aussi authentique ou libre de ses choix qu'elle le pense, elle sous-entend l'influence de la mode (suivre la mode), de la publicité, donc du processus d'imitation propre à tout phénomène de mode.

### ✍ 3- Expliquez comment par notre consommation, nous signifions (plus ou moins consciemment) notre appartenance à des groupes sociaux spécifiques. / 3 ou 6

➔ Il faut que les mots « *signifions... appartenance* » et des exemples de groupes sociaux précis (*classes sociales, groupes d'âges...*) soient présents dans la réponse.

Les objets que nous consommons, notamment les vêtements que nous portons sont souvent propre à notre groupe social : classe sociale, groupe d'âge ou lycée fréquenté. En effet, par imitation ou mimétisme, chaque individu est amené plus ou moins inconsciemment à se conformer aux normes de son groupe social d'appartenance, pour y être intégré. Ainsi, on peut faire des hypothèses assez plausibles sur l'âge, l'origine sociale ou le lycée fréquenté en observant le look vestimentaire d'une personne. Par exemple, dans un « lycée de banlieue » peu fréquenté par des élèves d'origine sociale favorisée, les élèves seront plus nombreux à porter des joggings ou casquettes que dans un lycée de centre-ville bourgeois où l'on pourra rencontrer davantage d'élèves portant chemise et chaussures de ville en cuir plutôt que sweat et sneakers. On peut même parfois rencontrer des individus qui, plus ou moins consciemment, utilisent leur look vestimentaire pour signifier à quel groupe social ils appartiennent (ou souhaitent appartenir) : des jeunes gothiques ou certaines femmes de la bourgeoisie catholique comme on l'a vu dans le documentaire en classe.

### ✍ 4- À l'aide de l'exemple de ADIDAS, montrez que les marques ne font pas la mode mais qu'elles y contribuent. / 3 ou 6

➔ Il y a 2 aspects dans la question : montrer que Adidas n'a pas fait la mode, ET qu'elle y a contribué.

En effet si les marques fabriquent des vêtements, elles ne créent pas directement ou unilatéralement les modes vestimentaires. Les stylistes élaborent des produits à même de plaire à la tendance du moment qui s'observe « dans la rue », à la façon dont les individus, s'approprient et portent les vêtements, différemment selon les pays, classes sociales, quartiers, âges... Ainsi, si la marque ADIDAS est bien à l'origine de la fabrication de chaussures de sport, c'est bien les danseurs de hip hop afro-américains des quartiers populaires qui ont adopté la ADIDAS pour leurs *battles* de danse, d'abord pour leur confort puis très vite pour leur look, puis ensuite des groupes de rap comme *Run DMC* qui en ont fait leur emblème et une chanson à succès. Ce n'est qu'ensuite, que la firme allemande ADIDAS découvrant le phénomène de mode qui s'est emparé des fans du groupe lors des concerts puis dans toutes les populations jeunes des quartiers populaires aux Etats-Unis et bientôt sur la planète, va proposer le

premier sponsoring à des non sportifs afin de poursuivre la promotion de leurs chaussures dont ils vont démultiplier les modèles afin d'amplifier leurs ventes.

#### **✍ 5- Montrez que la mode des sneakers repose sur un double processus d'imitation mais aussi de distinction. / 3 ou 6**

➔ Il faut nommer et décrire par des exemples précis vus en classe des phénomènes d'imitation ET des phénomènes de distinction dans la mode en précisant bien qui est imité et de qui on cherche à se distinguer.

Comme toutes les modes, la mode des sneakers repose sur un double processus d'imitation et de distinction. C'est bien pour imiter leur idole hip hop ou du rap que les jeunes américains, d'abord les garçons issus des quartiers populaires, se sont mis à porter des sneakers comme chaussure de ville et non plus exclusivement pour la pratique sportive. Récupéré par les grandes marques de chaussures de sport (*Puma, Nike, Fila, Reebok...*) les fabricant ont alors diversifié leurs gammes, fabriquant des sneakers non destinées à la pratique sportive pour accroître leurs ventes. Cette offre nouvelle a permis à un grand nombre d'individus d'adopter, par imitation, cette mode. Ensuite, par imitations successives, la mode des sneakers s'est alors diffusée largement dans la jeunesse, vers les classes moyennes et supérieures, des garçons aux filles, puis, *in fine*, des jeunes vers les adultes (qui imitent les jeunes pour « avoir l'air jeune »). Les marques de luxe ont également commencé à proposer des sneakers pour profiter de cette mode très lucrative, ce qui a permis aux individus des classes supérieures, tout en suivant la mode des sneakers à connotation urbaine/moderne, de se distinguer avec des modèles différents de ceux portés par les jeunes des quartiers populaires. Mais cette volonté de distinction n'est pas l'apanage des seules classes aisées, elle concerne tout un chacun. Ainsi, les précurseurs du rap ont également toujours cherché à se distinguer des nouveaux clients extérieurs à leur milieu social, en personnalisant leurs sneakers ou en les portant sans les lacets pour imiter les pratiques en prison et ainsi, utiliser le stigmate du « bad boy » pour bien se distinguer des jeunes américains blancs des classes moyennes et supérieures qui portaient également des sneakers pour aller à l'université. Enfin, parmi les fans de sneakers, certains (*happy few*) cultivent le culte de cette chaussure en dépensant des fortunes pour se procurer des modèles exclusifs ou en achetant 10 paires, attendre que la mode pour ce modèle passe, puis être ensuite les seuls à les porter, quelques années après, en mode *collector* ; cela pour se distinguer et signifier qu'on est un « vrai » B-boy et pas un enfant gâté qui suit la mode aveuglément.

#### **✍ 6- Montrez que la mode des sneakers est un phénomène de mode original (à part) mais aussi conforme aux phénomènes de mode en général. / 3 ou 6**

➔ Il y a 2 aspects dans la question : originalité de la mode des sneakers ET sa banalité.

La mode des sneakers est originale en ce sens qu'elle émane d'individus des classes populaires pour remonter vers les classes moyennes puis supérieures. En effet, il est fréquent que les phénomènes de mode suivent un chemin inverse, des classes supérieures vers les classes populaires, à l'image de la diffusion de la marque *Lacoste* par exemple où l'imitation des individus des classes supérieures permet d'en récupérer le prestige. Dans le cas des sneakers, c'est bien les rappeurs afro-américains et les danseurs de hip hop des quartiers défavorisés américains qui ont les premiers adopté la chaussure de sport pour un usage quotidien détourné, élément central de leur look, et donc de leur identité, comme on le découvre dans le documentaire « *Sneakers : Le culte des baskets* » (2006). Mais la mode des sneakers est tout de même conforme aux phénomènes de mode en général, en ce sens qu'elle est lancée par des « précurseurs » aptes à bousculer voire inverser les codes dominants (déviance de *Run DMC* qui retire les lacets de leurs *Adidas* pour signifier leur appartenance à délinquance / référence à la prison où les lacets sont interdits) qui sont ensuite suivis, imités par « les masses » et se diffusent aux individus des autres classes sociales. Simultanément, comme dans tout autre phénomène de mode, à mesure que le produit se banalise, les précurseurs cherchent à se distinguer en adoptant des stratégies visant à rester minoritaires : façon de porter les chaussures (gros lacets, modèles rares type collection, etc).