

NOM :

ECC n°3 / Mardi 17 avril 2018

Evaluation des Connaissances & de la Compréhension

📖 Lisez la totalité du sujet avant de commencer à répondre. Vous pouvez répondre dans le désordre en veillant à bien numéroter vos réponses. Pas d'abréviations personnelles.

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

✍️ **2-** Expliquez (au choix parmi les 3) ce que sont « les variables socio-démographiques » ou « l'hexis corporelle » ou « le retournement du stigmate ». / 2

* * *

	Au moins 5 fruits et légumes la veille	Au moins 2 fois du poisson par semaine
Sexe		
Hommes (réf.)	1	1
Femmes	1,3	1,2
Âge		
26-34	nc	1
45-54	nc	1,4
65-75	nc	2,3
Taille de l'agglomération		
Rurale (réf.)	1	1
De 20 000 à 99 999 habitants	1,3	1,2
200 000 habitants et plus	0,6	1,2
Revenu par tête		
Moins de 900€ (réf.)	1	1
1500€ et plus	1,0	1,1
Niveau de diplôme		
Inférieur au bac (réf.)	1	1
Bac +2 à 4	1,7	1,2
Bac+5 et plus	3,1	1,8

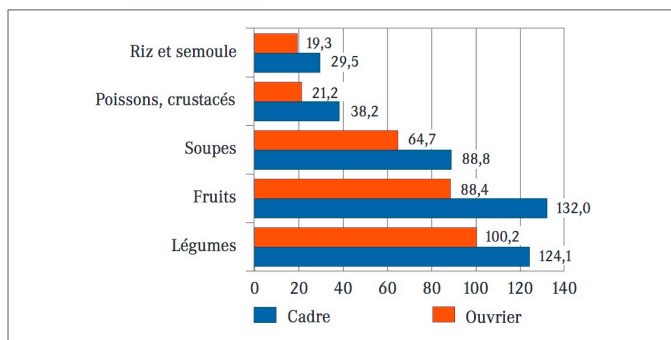
* * *

✍️ **3-** Quelle(s) est(sont) la(les) variable(s) qui explique(nt) le plus les écarts en termes d'alimentation ? Justifiez avec les données pertinentes. / 3

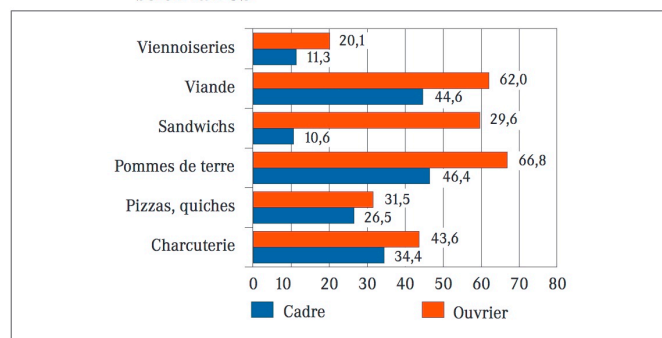
✍️ **4-** Montrez que les différences en matières d'alimentation ne sont pas seulement dues à l'argent. /3

Lecture : En France en 2008, en moyenne, les femmes étaient 1,3 fois plus nombreuses à avoir consommé au moins 5 fruits et légumes la veille.

Graphique 3 - Quantité d'aliments solides consommés (en g/j) selon la PCS



Graphique 4 - Quantité d'aliments solides consommés (en g/j) selon la PCS



✍️ **5-** Quels sont les deux « marqueurs sociaux » alimentaires des Cadres et de Ouvriers ? Justifiez avec les données pertinentes. / 2

* * *

✍️ **6-** (§AEI) Expliquez comment par notre consommation, nous signifiions (plus ou moins consciemment) notre appartenance à des groupes sociaux spécifiques. / 4

✍️ **7-** (§AEI) À l'aide de l'exemple de ADIDAS, montrez que les marques ne font pas la mode mais qu'elles y contribuent. / 4

Eléments de correction de l'ECC n°3

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

Bourgeoisie, classe aisée, classe dominante.

✍2- Expliquez (au choix parmi les 3) ce que sont « les variables socio-démographiques » ou « l'hexis corporelle » ou « le retournement du stigmate ». / 2

Variables socio-démographiques : L'âge, le sexe, le revenu, la profession, le lieu d'habitat (rural/urbain), le niveau de diplôme... sont des caractéristiques sociales appelées variables socio-démographiques qui servent à comprendre et expliquer les différents modes de vie des individus.

L'hexis corporelle correspond à tous les éléments de l'apparence d'une personne et qui varient selon l'origine ou la classe sociale (la façon de marcher, se tenir, parler, manger, s'habiller, se coiffer, serrer la main etc.).

Le retournement du stigmate correspond à l'inversion d'un stigmate dévalorisant pour en faire un outils d'émancipation ou d'action collective / de revendication. Un stigmate est une étiquette péjorative attribuée par la société à un individu en raison de son apparence ou de son passé. Par exemple, les prisonniers portent des chaussures sans lacets pour éviter les suicides et meurtres en prison, aussi porter ses chaussures sans lacets hors de prison est un stigmate de délinquant. Lorsque le groupe de rap Run DMC décide de porter sur scène leur sneakers Adidas sans lacets, c'est pour retourner le stigmate de la prison et en faire une fierté (« on est des durs, des vrais rappers et on n'a pas honte d'avoir été en prison »).

✍3- Quelle(s) est(sont) la(les) variable(s) qui explique(nt) le plus les écarts en termes d'alimentation ? Justifiez avec les données pertinentes. /3

Dans le document statistique, les écarts les plus grands en matière de consommation de fruits & légumes et de poisson sont liés au niveau de diplôme, à l'âge et au lieu de résidence ; ce sont donc ces 3 variables qui expliquent le plus les écarts en termes d'alimentation ici. Les bac+5 sont 3,1 fois plus nombreux que les individus avec un diplôme inférieur au bac à déclarer manger au moins 5 fruits & légumes par jour ; les habitants des agglomérations de plus de 200 000 habitants sont 40% (0,6 fois) moins nombreux que les habitants des communes rurales à manger au moins 5 fruits & légumes par jour. Enfin, les 65-75 ans sont 2,3 fois plus nombreux que les 26-34 ans à avoir déclaré manger du poisson au moins 2 fois par semaine.

✍4- Montrez que les différences en matières d'alimentation ne sont pas seulement dues à l'argent. /3

Les différences d'alimentation dues à l'argent existent mais ne sont pas les seules. Ici, le revenu n'influence pas le fait de manger au moins 5 fruits & légumes par jour puisque les individus gagnant moins de 900€ par mois en consomment autant que ceux gagnant plus de 1500€ par mois. Concernant la consommation de poisson, ceux gagnant plus de 1500€ par mois ne sont que 1,1 fois plus nombreux (10%) que ceux gagnant moins de 900€ par mois à déclarer en consommer plus de 2 fois par semaine. Si les écarts en matière d'alimentation sont peu dus à l'argent c'est donc qu'il y a d'autres facteurs explicatifs plus puissants, comme le niveau de diplôme ou l'âge par exemple, comme nous l'avons vu dans la question précédente. Cela signifie qu'à revenus équivalents, une personne âgées mangera, en moyenne, davantage de poisson qu'un « jeune », pour des raisons d'habitudes générationnelles ou liées à la plus grande attention portée à sa santé en vieillissant.

✍5- Quels sont les deux « marqueurs sociaux » alimentaires des Cadres et de Ouvriers ? Justifiez avec les données pertinentes. / 2

Les marqueurs sociaux sont ici les aliments qui différencient (ou distinguent) le plus les cadres et les ouvriers, donc ceux pour lesquels l'écart de consommation moyenne en gramme par jour est le plus grand. Pour les cadres ce sont les poissons, crustacés et les fruits qu'ils consomment beaucoup plus en moyenne que les ouvriers (en moyenne 21g par jour de poisson pour les ouvriers contre 38 g pour les cadres, soit presque le double) ; pour les ouvriers, ce sont les sandwiches et les viennoiseries où l'écart de consommation en grammes par jour est le plus grand (en moyenne 10g par jour de sandwiches pour les cadres contre 29 g par jour pour les ouvriers soit presque le triple).

✍6- (§AEI) Expliquez comment par notre consommation, nous signifions (plus ou moins consciemment) notre appartenance à des groupes sociaux spécifiques. / 4

Par notre consommation, nous signifions plus ou moins consciemment notre appartenance à des groupes sociaux. En effet, 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. Ainsi, 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. 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 afin de se distinguer des élèves d'origine populaire. 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 qui portent jupe plissée bleu marine, collants opaques, veston matelassées à boutons dorés, serre-tête et foulard Hermès comme un uniforme.

✍7- (§AEI) À l'aide de l'exemple de ADIDAS, montrez que les marques ne font pas la mode mais qu'elles y contribuent. / 4

Les marques ne font pas la mode mais elles y contribuent 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 leur *battle* de danse, d'abord pour leur confort puis très vite pour leur look. Ensuite le groupe de rap Run DMC en a fait son emblème et une chanson à succès « My adidas ». Ce n'est qu'ensuite, que la firme allemande ADIDAS découvrant le phénomène de mode qui s'était emparé des fans du groupe lors des concerts puis dans toute la population jeune des quartiers populaires aux Etats-Unis et bientôt sur la planète, va proposer le premier sponsoring à des non sportifs, « bad boys » qui plus est, afin de poursuivre la promotion de leurs chaussures dont ils vont démultiplier les modèles afin d'amplifier leurs ventes.