

## Identifier la logique d'une argumentation : *Un apprentissage par la lecture et la reconstitution d'un texte-puzzle*

Exemple dans une séquence d'Économie de 1ère STMG

Date de mise ligne :	10 septembre 2013
Auteure :	Alexandra Almimoff.

La séquence présentée traite les contenus d'un point de programme d'économie de la classe de 1ère STMG. Si l'objectif visible au premier abord est bien évidemment la compréhension des « **déterminants de la consommation** » en posant la problématique « **qu'est-ce qui motive la consommation des ménages ?** », l'objectif sous-jacent est celui du travail sur l'argumentation.

Les préambules aux programmes de STMG insistent sur le développement de la compétence d'argumentation des élèves. Les professeurs doivent tenir compte de cet objectif méthodologique et l'intégrer à leur progression d'apprentissage des contenus. D'autre part, le travail sur la compréhension (par la lecture) et la construction de la pensée (par l'écriture) ne sont pas dissociables de celui sur les notions et concepts disciplinaires.

Cette proposition de séquence clé en main, utilisable telle quelle par un professeur enseignant l'économie en 1ère STMG, montre comment on peut à la fois travailler en classe les contenus de programmes et l'argumentation, exercice difficile demandant une grande maîtrise de la langue scolaire.

NB : la séquence présentée fait écho à une séquence "jumelle" proposée sur un site national d'Économie-gestion : le CRCOM (adresse). Cette dernière avait pour objectif de compétences l'utilisation des fonctions de base d'un logiciel tableur.

### Les déterminants de la consommation : Qu'est-ce qui motive la consommation des ménages ?

#### Éléments de programme traités :

- Thème 3 - *Comment les ménages décident-ils d'affecter leur revenu ?*
- Question III-1 : *L'arbitrage entre consommation et épargne.*
- Notions : *La productivité et les gains de productivité.*
- Contexte et finalités : *Les choix de consommation [...] sont déterminés par des critères économiques, sociaux et culturels.*

#### Temps prévisionnel :

2h (séquence devant être menée de préférence en une seule séance de deux heures consécutives. Possibilité de séparation en deux fois une heure).

## Références aux limites du programme indiquées dans les Ressources d'accompagnement :

Ces références, extraites du texte présentant les limites du programme, montrent que la séquence n'est qu'une partie du traitement du thème, mais qu'elle s'attache à suivre précisément les recommandations didactiques données.

- *En utilisant des exemples simples, on montrera que la consommation des ménages dépend à la fois du niveau de leur revenu et du prix des biens. Sans étudier la formule de l'élasticité (ni les lois d'Engel), il sera précisé que la demande de biens ou services peut évoluer différemment, d'une part en fonction de l'évolution des prix et d'autre part en fonction de l'évolution du revenu des agents. Les exemples du tabac, de l'essence sont classiques, mais peuvent être complétés par les dépenses en vacances ou toute autre dépense significative de ce point de vue.*
- *Mais l'objectif de cette partie est aussi de montrer aux élèves que la consommation des ménages est sensible à d'autres critères tels que l'appartenance à un groupe social, le niveau de consommation atteint ou la volonté de se constituer un patrimoine.*

Ainsi, la séquence abordera :

- l'élasticité classique par rapport au prix ;
- la rigidité de certains produits malgré l'augmentation du prix (cas de l'essence) ;
- la consommation atypique des produits de luxe (effet Veblen) ;
- l'élasticité différente de certains produits en fonction des revenus (illustration sur la consommation alimentaire des lois d'Engel) ;
- l'augmentation de la consommation en fonction des revenus (loi psychologique fondamentale de Keynes) ;
- la rigidité de la consommation malgré une baisse des revenus (effet cliquet de Duesenberry) ;
- la consommation et la constitution d'un patrimoine au cours de la vie (cycle de vie de Modigliani) ;
- consommation sociale, signes et appartenance (explications psycho-sociologiques : Baudrillard, Bourdieu).

Il est évident que la démarche didactique proposée ici n'étudiera pas ces concepts sous un angle théorique. Il s'agit, bien sûr, de respecter la démarche technologique : « utilisation d'une démarche active prenant appui sur un objet d'étude concret ». « La phase d'observation doit, dans la mesure du possible, s'appuyer dans un premier temps sur des éléments tangibles, ancrés dans le réel et le quotidien des élèves » (dans « approche pédagogique » des ressources d'accompagnement). Pour illustrer cette volonté, on n'abordera pas les lois d'Engel ; mais cela ne nous empêchera pas de montrer par l'exemple que la consommation des ménages se porte de préférence sur des produits raffinés (qu'on ne nommera pas biens supérieurs) et au détriment de produits de base (qu'on ne nommera pas biens inférieurs) à mesure que leur revenu augmente.

## Objectifs pédagogiques :

1. *Expliquer les principaux déterminants de la consommation par le réel :*

Voir explication ci-dessus.

2. *Apprendre à identifier la logique d'une argumentation :*

La séquence proposée prend clairement le parti de la finalité « méthodologique » du travail en classe. Il est bien évident qu'un apport notionnel sous-tend toute l'activité. C'est même la face visible du travail pour les élèves. Mais il est tout autant question du développement des compétences de construction d'une argumentation, c'est-à-dire de l'enchaînement logique des propos. Rappelons que « l'élève doit être capable de rechercher, sélectionner et exploiter des informations permettant de dégager une argumentation » (dans « approche pédagogique » des ressources d'accompagnement).

Travail par la lecture tout d'abord. Les élèves doivent forcer leur compréhension des concepts et exemples abordés pour réussir à reconstituer l'enchaînement logique qui préside à leur exposé. Ainsi, ils identifient la logique d'une argumentation.

Travail par l'écriture ensuite. Mais il s'agit d'une écriture soulagée de la tâche rédactionnelle. N'ayant pas à se concentrer sur la norme linguistique, qui n'est pas une tâche entièrement automatisée chez les scripteurs en difficulté, les élèves n'ont qu'à penser à la construction du texte. Ainsi, ils classifient et organisent des idées qui deviennent alors des arguments.

Les élèves ne se rendront pas nécessairement compte de cette face du travail proposé. Pour autant, c'est sur ce point précisément que la mise en activité se fera. Et c'est aussi grâce à cette action que l'apprentissage des notions sera effectif.

### Place dans la globalité du thème 3 du programme et pré-requis :

Cette séquence n'est pas l'ouverture du thème 3. Des pré-requis sont nécessaires pour la traiter. Il pourrait être prévu une séance d'une heure pour faire comprendre l'arbitrage consommation / épargne. Les déterminants de l'épargne pourraient être également abordés à l'occasion de cette séance préliminaire.

### Description des activités d'apprentissage :

#### La technique pédagogique du « texte puzzle » :

- **Le texte de travail**

La mise en activité des élèves qui est proposée dans cette séquence consiste en ce que l'on appelle un « texte puzzle ». Un écrit, présentant une série de propos, a été déconstruit et est présenté sous forme de paragraphes séparés et positionnés dans un désordre le plus total. L'élève doit alors reconstruire le texte en agençant les paragraphes dans un ordre logique.

L'activité pédagogique du texte puzzle s'inspire des préconisations formulées par la Mission académique de la Maîtrise de la Langue de l'académie de Créteil. Cette technique utilisée au collège aura son impact en termes d'apprentissages au lycée :

*Dans la reconstitution d'un texte puzzle, pour parvenir à l'objectif visé, l'élève doit mettre en œuvre une démarche complexe et progressive :*

- *assimiler parfaitement le sens de chaque [paragraphe] pris isolément ;*
- *mémoriser et capitaliser l'information contenue dans chacun des [paragraphes] ; [...]*
- *formuler mentalement une hypothèse quant à l'enchaînement logique des propos ;*
- *ordonner les divers paragraphes en fonction de cette hypothèse et en relation avec la cohérence interne du texte.*

*[...] La reconstitution d'un texte puzzle est d'abord un exercice de lecture : il décharge l'élève de toute activité d'écriture et constitue un bon exercice d'apprentissage. Il sera intéressant pour le professeur d'interroger les élèves sur leurs choix pertinents ou erronés.*

*Protocole de compréhension des écrits dans les différentes disciplines, évaluation à l'entrée en 6ème, Mission MDL de Créteil (V. Frydman, B. Etienne, A. Portelette).*

Le texte présenté sous forme de puzzle reconstitué ci-après a été conçu pour cet exercice mental. Il ne comporte aucun mot de liaison en début de paragraphe pour laisser à chaque élève la possibilité d'en faire sa propre construction. Il est possible d'en concevoir différents arrangements. Ainsi, la présentation qui est proposée ici n'est qu'une des possibilités de construction. Pour constituer un document-élève, il faudrait reprendre les éléments de ce texte puzzle et les présenter dans le désordre en laissant apparents les pointillés pour matérialiser le « prêt à découper ».

Texte puzzle :

-----  
Dans de nombreuses situations de consommation, les individus ont tendance à rechercher le meilleur rapport qualité-prix. C'est-à-dire, que pour un même produit, en tout point comparable, l'achat ira de préférence au moins cher. Si le prix du produit le moins onéreux augmente, alors les consommateurs se tourneront vers un autre produit comparable mais moins coûteux. Le produit dont le prix aura augmenté sera moins consommé. De façon générale, quand le prix d'un produit augmente, sa consommation diminue.

-----  
Certains produits ne sont pas du tout « élastiques » par rapport au prix. Quel que soit leur niveau de prix, qu'il augmente ou non, la consommation reste la même : elle est « rigide ». Ces produits sont des produits dont la consommation est indispensable à la vie quotidienne, ou qui présentent un fort pouvoir d'addiction.

-----  
D'une façon qui peut paraître paradoxale, quand le prix de certains produits augmente, la consommation de ces produits augmente aussi. Il s'agit ici d'un comportement humain, proche du snobisme, qui consiste à vouloir imiter une couche sociale supérieure. L'idée est alors que la consommation renvoie des signaux extérieurs ostentatoires. Le prix élevé rend ces produits désirables.

-----  
Les revenus influencent la consommation globale des ménages. A mesure que les revenus augmentent, les ménages consomment plus. Toutefois, l'augmentation n'est pas toujours proportionnelle à celle des revenus. Les ménages peuvent aussi consacrer une part de leur surplus de revenu à l'épargne. A partir d'un certain seuil de revenus, on observe que la propension à consommer diminue avec l'augmentation des revenus.

-----  
Les types de produits consommés diffèrent selon le niveau de revenu des ménages. A mesure que le revenu augmente, certains biens seront plus consommés et d'autres, au contraire, moins. La répartition des produits entre ceux dont la consommation augmente avec le revenu, et ceux dont la consommation diminue, n'est pas immuable : elle varie en fonction de l'époque et de la société dans laquelle évoluent les ménages. C'est un reflet des préférences et donc des modes de vie.

-----  
La consommation, tout comme l'épargne finalement, suit plus les cycles de la vie d'un ménage que les variations de ses revenus. Ce sont des besoins différents selon les âges, motivés par la constitution d'un patrimoine tout au long de la vie, qui vont plus déterminer le niveau de la consommation d'un ménage, plutôt que le niveau ponctuel de son revenu.

-----  
On observe, en analysant le comportement des ménages confrontés à une baisse de revenus, qu'ils ne réduisent pas forcément leur niveau de consommation globale. La consommation reste celle d'un revenu plus élevé pour des raisons de conservation de leur train de vie antérieure.

-----  
Les ménages ne consomment pas que pour satisfaire des besoins physiologiques et matériels. C'est aussi à travers l'acte d'achat qu'un individu montre son appartenance à un groupe social. La consommation est porteuse de signes sociaux où les effets de mode ne sont pas anodins. La consommation est une forme d'expression.

-----

Références bibliographiques ayant conduit à la rédaction du texte support du puzzle :

- *Macroéconomie, René Teboul, Foucher, collection LMD, 2006 ;*
- *Economie politique (tomes 2 – microéconomie – et tome 3 – macroéconomie), Jacques Généreux, Hachette, collection Les fondamentaux, 2008 ;*
- *-La consommation, un mode d'expression, Igor Martinache, Alternatives Economiques, n°310, février 2012 ;*
- *-Les ambiguïtés de l'épargne, Arnaud Parienty, Alternatives Economiques, n°313, mai 2012.*

- **Le corpus documentaires d'exemples concrets :**

Le texte à reconstituer ne comporte pas les exemples réels permettant à l'élève de visualiser les concepts. Est proposée en illustration des propos, une série de documents pratiques (pas théoriques) à lier aux paragraphes du texte puzzle. L'élève doit faire le lien entre l'exemple concret donné dans le document et l'explication générique donnée dans le texte. Le nombre d'exemples ne correspond pas au nombre de paragraphes, il y en a plus. Ainsi, l'élève ne peut pas coller les documents exemples aux paragraphes par simple déduction : il lui faut réellement réfléchir à la correspondance entre les deux.

A la différence du texte puzzle où la construction peut être conçue de différentes façons, la correspondance entre les documents exemples et les paragraphes du texte puzzle n'est pas discutable (sauf à la marge pour l'un d'entre eux, le document C, qui est destiné à illustrer le paragraphe sur les biens supérieurs et les biens inférieurs de Engel, et qui peut aussi évoquer la loi psychologique fondamentale de Keynes dans sa dernière partie).

Le corpus documentaire présenté ci-dessous comporte des titres informatifs permettant de situer rapidement le contexte du document. Dans le document-élève, les documents exemples pourront ne pas être titrés afin de ne pas donner de pistes trop évidentes des liens à faire.

Documents exemples :

✂-----

Document A :

La consommation des ménages âgés

Les différences entre groupes d'âge se retrouvent aussi dans le niveau de consommation. Traditionnellement, plus on vieillit et moins on consomme : les plus âgés sont en effet moins mobiles, plus souvent propriétaires de leur logement et leurs dépenses d'équipement et d'installation dans la vie sont réalisées depuis longtemps. Ainsi, en 2006, les ménages retraités avaient une consommation inférieure de 23 % à la moyenne nationale, bien que leur niveau de vie soit globalement comparable à celui du reste de la population. Ils dépensent logiquement très peu pour l'éducation, mais ils ont aussi des dépenses moindres pour l'habillement, les transports, l'hôtellerie et la restauration.

*Claire Atet, Plus on vieillit moins on consomme, Alternatives Economiques, Hors-série n°85, Générations, 3<sup>ème</sup> trimestre 2010.*

✂-----

Document B :

L'attrait du discount

Fini le temps où la radinerie se cachait ; Aujourd'hui, la chasse aux bonnes affaires est un sport national. Quel que soit leur niveau de vie, les consommateurs se pressent chez Lidl ou Adli, voyagent avec Easy Jet et Ryanair, se meublent chez Ikea et Fly, s'habillent chez Kiabi et H&M ou roulent en Logan. On compare, on négocie, on piste les promos, on échange, troque, achète d'occasion, loue de particulier à particulier, privilégie les low-cost et le discount... Et on aurait tort de s'en priver, car cela rapporte. De 5 à 10, 20, 40% d'économies, voire plus encore. Mais pas question de se priver pour autant. Ne pas consommer moins, mais consommer mieux... [...] Le secret des français pour préserver leur niveau de consommation en période de crise ? Sans surprise : la recherche du prix le plus bas arrive en tête des critères de choix d'un produit pour 73 % d'entre eux.

*Laurence Ollivier et Yves Martin, Mieux vivre votre argent, n°343, 1<sup>er</sup> mars 2010. Cité dans : Economie 1<sup>ère</sup> STMG, Hachette, collection Enjeux et Repères, 2012, page 85.*

✂-----

Document C :

### La consommation alimentaire des ménages ruraux en Chine

La consommation alimentaire des ménages paysans [en Chine] est en train de s'orienter vers une consommation marchande. La part que représente la consommation de denrées de bases dans leur budget est à la baisse, tandis que la consommation d'aliments d'accompagnement, [produits agroalimentaires qui ne sont pas cultivés par les ménages paysans eux-mêmes], a augmenté de manière significative et est en train de remplacer progressivement la consommation d'aliments de base.

[...] La consommation totale par personne d'aliments de base va continuer de croître en parallèle avec l'augmentation des revenus pendant une période de temps assez longue, et ce n'est que quand le budget annuel de la consommation alimentaire par habitant aura dépassé les 3500 yuans que l'augmentation des revenus entraînera une baisse de la consommation de denrée de bases. En se basant sur le niveau des revenus actuel, la consommation de différents types de produits agroalimentaires devrait continuer de croître suivant l'augmentation des salaires.

*Li Dongsheng, La consommation alimentaire des habitants des villes et des campagnes,  
Les Editions économiques chinoises, China-Europa-Forum.net.*

✂-----

Document D :

### Les vacances d'hiver : signal social

65 % de français ne partent jamais en vacances l'hiver (de début décembre à fin mars) selon l'enquête « conditions de vie et aspiration des français – un désir de renouveau des vacances d'hiver » réalisée par le Credoc (Centre de Recherche pour Etude et l'Observation des Conditions de vie). A titre de comparaison, 30% indiquent ne pas partir pendant les vacances d'été. Partir l'hiver est une norme très peu répandue : 17 % des français partent régulièrement, tous les ans (10 %) ou une année sur deux (7 %).

Seuls certains groupes – les cadres (40 %), les hauts revenus (31 %) ou les diplômés du supérieur (33 %) – plient bagages au moins un an sur deux à cette période de l'année. Et parmi ceux qui partent, moins de la moitié va à la montagne. On est bien loin du quasi-rituel décrit par les journaux télévisés au travers de leurs reportages sur les français dévalant les pistes enneigées... Et même dans les groupes les plus favorisés, partir entre début décembre et fin mars reste minoritaire.

Cette situation résulte notamment du prix prohibitif de ce type de congés – en particulier à la montagne. Voyager en hiver s'inscrit aussi dans le cadre d'une vie sociale, culturelle et sportive plus foisonnante qu'en moyenne. On part d'autant plus en hiver qu'on a, de façon générale, l'habitude d'aller au cinéma, de rencontrer fréquemment ses amis ou que l'on pratique régulièrement un sport. Réservés à des populations aisées et friandes d'activités en tout genre, les voyages hivernaux constituent donc, encore plus que les départs d'été, un signe de « distinction sociale ».

*www.inegalites.fr, 11 février 2011.*

*Cité dans : Economie 1<sup>ère</sup> STMG, Hachette, collection Enjeux et Repères, 2012, page 100.*



✂-----

Document E :

L'utilisation de la voiture et la hausse du prix de l'essence

Les français dépensent aujourd'hui plus de 5000 euros par an pour se déplacer, davantage que pour se nourrir (hors boissons alcoolisées). Du coup, les transports [...] sont plus que jamais un poste sensible dans le budget des familles. [...]

Cette tendance s'explique notamment par la hausse vertigineuse des prix des carburants. Le prix du plein s'est envolé d'environ 50 % depuis 2005, et la voiture représente plus de 80 % de l'enveloppe consacrée au transport ! [...] Il faut compter avec l'allongement de la distance entre lieu de travail et lieu de résidence. « C'est l'un des plus grands changements dans la vie quotidienne des Français ces dernières années, explique Eric Le Breton, [sociologue]. Elle est passée d'une vingtaine de kilomètres en 1970 à une quarantaine aujourd'hui, voire plus. En raison en particulier de l'explosion des prix de l'immobilier, qui a repoussé les Français très loin des centres d'affaires ».

Le phénomène frappe bien sûr les foyers à petits salaires, et notamment ceux qui habitent dans des zones périurbaines, mais également les cadres travaillant dans les grandes villes. « La tendance n'est pas près de s'inverser et, hélas, il n'y a pas de solution miracle qui permettrait de laisser sa voiture au garage. Les Français, qui raisonnaient avec un budget fixe, apprennent aujourd'hui à composer [...] » explique Eric Champarnaud, responsable du département automobile et véhicules industriels au Bipe. [...]

*D.L., L'Expansion, n° 733, septembre 2008.  
Citée dans : Sujet 0, Economie BTS, CRCOM, 2009.*

✂-----

Document F :

La consommation chinoise face à l'explosion des salaires

Les salaires augmentent sans cesse en Chine. Pour l'ensemble de 2011, ils devraient bondir en moyenne de 12% sur le territoire de la métropole chinoise. Et cette tendance s'observe dans l'ensemble de la Chine depuis quelques années. Ce qui est normal du reste. La croissance économique fulgurante du pays – près de 10% en moyenne par année - et les gains de productivité enrichissent les Chinois.

Les entreprises étrangères qui produisent seulement en Chine pour réduire leurs coûts s'en plaignent. En revanche, celles qui vendent leurs biens ou leurs services dans le pays applaudissent cette hausse du pouvoir d'achat.

Pour consommer davantage de biens et de services importés ou produits en Chine, les Chinois doivent gagner des salaires plus élevés. [...] Ce relèvement du niveau de vie des Chinois s'inscrit aussi dans la stratégie du gouvernement central. Beijing veut développer la classe moyenne du pays pour que la Chine devienne un vrai marché de consommation et non pas seulement un endroit pour produire à faible coût. [...]

Toutefois, la plus grande adaptation vient des entreprises étrangères présentes dans le pays qui décident d'écouler de plus en plus leur production en Chine, où le marché intérieur est en pleine expansion, et ce, dans tous les domaines (industriel, commercial, etc.). [...]

*François Normand, www.lesaffaires.com, 27 avril 2011.*

✂-----

Document G :

Les signaux vestimentaires des lycéens

On soigne son look avant de partir au lycée en pensant au regard des autres, on écoute du rap ou du reggae pour aussi signer son appartenance au groupe de ses amis... « On a supprimé l'uniforme en classe, mais les jeunes se sont donné entre eux de nouvelles consignes vestimentaires parfaitement rigides [...]. Si on ne se comporte pas comme les autres, la sanction n'est plus d'être viré du bahut, mais de ne pas avoir d'amis, ce qui peut être pire à cet âge ».

*Martine Fournier, Lycéens la culture des pairs, Sciences Humaines, n°158, mars 2005.  
Citée dans : Economie première STMG, Foucher, collection Connexions, 2012, page 79.*

✂-----

Document H :

La consommation face à une baisse de revenus

Pourquoi le consommateur n'adapte-t-il pas du jour au lendemain ses achats à son revenu ? L'homo oeconomicus, calculateur froid et rationnel, est aussi homo sociologicus: il vit en société et cela a ses conséquences. En schématisant, l'inertie résulte de deux phénomènes. D'abord, il existe un effet de cliquet dans le temps. Une fois atteint un certain niveau de vie, il est difficile d'en descendre. Délicat, par exemple, d'aller habiter dans un studio avec sa famille quand on habite un confortable pavillon de banlieue, ou de troquer sa Renault Espace contre une R4 d'occasion. La consommation présente est influencée par le revenu, mais aussi la consommation passée. Cette descente, délicate matériellement, est aussi la reconnaissance d'une chute sociale. La consommation dépend des normes de consommation du groupe social auquel l'individu a conscience d'appartenir et de sa situation dans l'échelle des revenus [...]. Ces mécanismes sociaux expliquent en partie les lenteurs d'ajustement de la consommation et, par exemple, une partie du phénomène de surendettement.

*Louis Maurin, La consommation minée par la crise, Alternatives Economiques, n°136, avril 1996.*

✂-----

Document I :

La génération Y est attirée par le luxe

Malgré les difficultés que rencontrent de nombreux jeunes à intégrer le marché du travail, la génération Y continue à rêver de luxe. Une enquête mondiale conduite par Ipsos [...] auprès des jeunes âgés de moins de 35 ans dans 13 pays le montre : partout le luxe est perçu positivement. Les jeunes apprécient davantage le luxe que leurs aînés alors même qu'ils disposent le plus souvent de moyens financiers bien inférieurs. [...]

Quand on leur demande de noter de 1 à 10 leur niveau d'appréciation du luxe, 33% des moins de 35 ans dans les pays développés (Europe, Etats-Unis, Japon) donnent une note supérieure ou égale à 7 contre seulement 25% pour les autres générations. C'est vrai dans tous les pays. Le luxe est à leurs yeux un univers d'autant plus désirable qu'il possède une forte capacité à les faire rêver. Mais, simultanément, 63% considèrent le luxe comme « inaccessible », et la moitié n'y a accès que de façon très occasionnelle. Dans les pays développés, 23% avouent que les produits de luxe les attirent, mais qu'ils ne peuvent pas se les offrir.

Plus que leurs aînés, les moins de 35 ans, quand ils en ont les moyens, apprécient d'acheter les produits de luxe « pour se faire plaisir ». [...] Au-delà du principe de plaisir, l'enquête d'Ipsos montre que le luxe apparaît aussi pour certains comme une étape dans la construction de leur identité sociale. [...] Surtout, la possession de produits ou marques de luxe confère la confiance qui manque souvent à cet âge. C'est particulièrement le cas en Chine où 91% des jeunes interrogés par Ipsos reconnaissent que le luxe leur permet d'être « plus sûrs d'eux-mêmes » en société.

*Rémy Oudghiri, Ipsos.fr, 28 juin 2011.*





Document J :

### La consommation engagée

La consommation engagée est un thème porteur. 38 % des consommateurs disent tenir compte des engagements de « citoyenneté » des entreprises lorsqu'ils achètent des produits industriels. [...] Ce sont surtout les personnes économiquement ou culturellement aisées qui s'affichent comme des championnes de la consommation engagée. Avec 46 % des suffrages, le refus du travail des enfants vient en premier dans les causes qui mobilisent les consommateurs. Ces derniers souhaitent obtenir des engagements de citoyenneté, d'abord pour les produits alimentaires. Une personne sur deux se déclare prête à payer un supplément de prix de 5 % pour des produits « éthiques ».

*www.credoc.fr*

*Cité dans : Economie première STMG, Foucher, collection Connexions, 2012, page 79.*



### Les consignes et l'organisation pratique de la séance :

L'activité du texte-puzzle doit être clairement expliquée aux élèves avant de commencer. Ensuite, chaque élève travaille individuellement au brouillon avant de proposer sa « solution » à l'ensemble du groupe. Il est nécessaire que les élèves justifient leurs choix. La construction ne doit pas être le fruit du hasard d'une part. D'autre part, la justification permet de mettre en évidence, surtout pour ceux qui ne les avaient pas vus, les indices qui ont permis la reconstitution de la logique argumentative. Une discussion / remédiation est à prévoir avant de mettre un point final à la construction du texte.

Le professeur peut adapter la difficulté de l'exercice en fonction de ses objectifs et de la réactivité de sa classe. La version proposée ici est une version « complète ». Il est toujours possible de la moduler en fonction du niveau voulu de difficultés et du dispositif d'aide mis en place :

1. texte + titres de parties + documents exemples ;
2. texte + titres de parties + documents exemples + titres de documents ;
3. texte + documents exemples ;
4. texte + titres de parties + rédaction introduction / conclusion ;
5. etc...

### Consignes à donner aux élèves :

1. Etape 1 : **retrouvez les idées principales contenues dans les documents** (documents A à J) et listez-les.
2. Etape 2 : **replacer le puzzle** du texte explicatif dans le « bon ordre » (un bon ordre est un ordre qui vous semble logique) et noter les éléments de justification de vos choix pour chaque enchaînement.
3. Etape 3 : **trier** les paragraphes mis dans « l'ordre » **en plusieurs parties**.
4. Etape 4 : **donner des titres** à vos parties.
5. Etape 5 : rédigez une **introduction**.
6. Etape 6 : rédigez une **conclusion**.
7. Etape 7 : **remplacez les documents** exposant les exemples concrets à côté des paragraphes correspondants.
8. Etape finale : **collez le tout !**

Les consignes devront bien sûr être adaptées à la modulation de l'activité que chaque professeur voudra mettre en œuvre.

### Organisation concrète et environnement technologique :

La séance peut se mener de plusieurs façon et être adapté à toutes les environnements technologiques (ou non) de classe. On peut appliquer les consignes du texte-puzzle dans les contextes matériels suivants :

1. sans aucun matériel informatique ou vidéo :

Il suffit alors de demander aux élèves de venir avec une paire de ciseaux et de la colle. Le puzzle se fait matériellement par un jeu de déplacement de papiers découpés. Le passage par une phase très manuelle de la construction permet une réelle appropriation des textes lus, et donc des contenus notionnels.

2. avec un simple vidéoprojecteur accompagné d'un poste informatique :

Le dispositif peut aussi bien être fixé dans la salle de classe qu'être un ensemble portable. Par une suite de copier-coller dans le logiciel de traitement de textes, il est tout à fait possible de déplacer les éléments du texte, ainsi que d'insérer les documents-exemples. La vidéo projection permet à l'ensemble du groupe élève de suivre la construction du texte qu'ils auront ensuite dans leur cahier-élève comme support d'apprentissage.

Le vecteur vidéo n'est pour autant pas le plus pertinent ici. Il est important, pour que l'exercice soit efficace en termes d'apprentissage, que chaque élève soit actif dans la lecture et dans la construction du texte final. Il faudra alors penser à laisser une phase de construction au brouillon à l'aide d'une version papier. Toutefois, la présentation d'une solution unique, vidéo projetée, sera frustrante pour tous les élèves ayant choisi une construction différente, mais pas forcément illogique...

3. avec un tableau numérique interactif :

Cette solution technique est assez proche de la version vidéo projecteur / poste informatique, sauf que le déplacement des paragraphes du texte et des documents exemples se fait au tableau et est plus visuel. L'animation de classe en sera plus dynamique, car la manipulation plus simple permet de concevoir que ce soient des élèves qui la fassent eux-mêmes.

Toutefois, les mêmes réserves quant au travail individuel et à la frustration de ceux qui n'auraient pas choisi la solution présentée persistent.

4. avec des postes informatiques individuels :

On peut bien sûr regrouper des élèves par deux ou trois autour d'un poste informatique. Dans ce cas, le nombre restreint de participants à chaque groupe laisse à penser que la réflexion sera le fruit du travail de tous les membres des groupes et que, donc, chaque élève bénéficiera de la démarche d'apprentissage mise en œuvre. Le bémol lié à la solution unique n'a pas lieu d'être non plus, étant donné que chaque groupe pourra garder trace de « sa » construction.

Alexandra Almimoff