

Regarde ce que je porte et dis-moi qui je suis



De nos jours, que ce soit dans une cour de récréation ou à l'épicerie du coin, un simple regard ou un vague coup d'œil suffisent bien souvent à juger une personne, à la classer dans une catégorie ou encore à lui coller une étiquette. Navrant (1), diront certains, légitime diront d'autres.

L'arrivée en masse des marques

Depuis le début du XXI^e siècle, les grandes marques ciblent un public de plus en plus jeune. Or, de nos jours, la publicité, qu'elle soit imprimée, télévisée ou numérique, vante (2) chaque jour les mérites ainsi que le prestige des vêtements et accessoires de marques. Difficile pour des jeunes en quête d'intégration de résister à l'envie d'être « cool ». Car porter des marques procure une certaine estime de soi... à travers du regard des autres.

Un réel outil d'identification

Selon Marie J. Lachance, professeure du Département d'Économie agroalimentaire et Sciences de la consommation de l'Université Laval, « à moins d'être très autonome ou aimer se démarquer, un jeune ne va pas choisir une marque autre que celle qui est populaire dans le groupe et qui présente l'image la plus « in ». Pour elle, la marque vestimentaire représentée serait un moyen supplémentaire de satisfaire leurs besoins d'identification, d'acceptation et d'appartenance à un groupe.

Publié le 10/03/2011.

<https://lesjeunesjournalistes.wordpress.com/2011/03/10/regarde-ce-que-je-porte-et-dis-moi-qui-je-suis/>

Lexique

(1) Navrant : qui est ennuyeux, fâcheux, regrettable.

(2) Vante : présente quelque chose à quelqu'un de façon très élogieuse, le met en valeur.

Exposez le sujet soulevé par le document ci-dessus. Vous présenterez votre opinion sur le sujet de manière argumentée et vous la défendrez si nécessaire.

Quelques questions qui pourront vous aider...

- Pourquoi les produits de « marque » sont toujours plus chers ? Pensez-vous que les entreprises visent un public riche ?
- Pensez-vous que la qualité des produits est en rapport avec la célébrité renommée de la marque ?
- D'après vous, quelle marque de caractère laisse entrevoir une personne qui aime s'habiller « griffé » ? Justifiez votre réponse.
- Une grande partie de la population (enfants, jeunes et adultes) porte des marques. Cela pourrait être dû à des besoins de prestige, à vouloir faire partie d'un groupe, ou à d'autres raisons ? Justifiez votre réponse.
- Pourrait-on classer les personnes par leur façon de s'habiller ? Serait-ce une manifestation externe de leur subconscient ou de leur pouvoir d'achat ?