

Texte support

Le confort et la publicité

« Tout est orienté pour nous pousser à être attentif au confort sous toutes ses formes. Le matelas sur lequel on dort mieux, la brosse à dents avec dentifrice incorporé, la mousse à raser qui économise un effort, des gestes, des minutes d'un temps prétendu précieux, et laisse une impression de satisfaction détendue, l'allume-gaz qui évite de sortir une boîte d'allumettes, sans oublier les gadgets plus fondamentaux comme les cars climatisés, les machines à laver aux vingt programmes, tout est destiné à notre satisfaction. Tout va dans le sens du moindre effort. Est-ce bon ou est-ce mauvais ?

Il n'est certainement pas mauvais, pour écrire, préparer un dossier technique, méditer sur les problèmes économiques ou politiques, de disposer de conditions matérielles favorables. Il est bon pour un ingénieur, un avocat, un employé fatigué de sa journée, de pouvoir se reposer dans un bon fauteuil, de dormir au calme sur un matelas de rêve. Pour être au mieux de sa forme, un minimum de confort est utile. (...).

Mais la pensée du confort entretenue à coups de slogans publicitaires, devient une fin en soi, alors c'est un élément de décadence. Je suis persuadé d'ailleurs que beaucoup de jeunes le savent, ou le pressentent, d'où leur inquiétude devant l'évolution de notre monde. Leur attitude de rejet n'est pas entièrement négative. Elle s'accompagne de la découverte de valeurs nouvelles d'une grande importance. Les contraintes que l'on refuse lorsqu'elles apparaissent liées au « système » ou même aux traditions, on les accepte entre soi pour venir en aide aux camarades dans la peine ou dans le besoin ou encore pour une cause que l'on juge attachante et pour laquelle on acceptera de lutter.

Car le confort brise les amorces de la solidarité, crée des égoïsmes redoutables et stérilisants. Il amollit, ronge le caractère, détruit l'idéal. Et un pays qui n'a plus un grand idéal est condamné. Or, quel est donc l'idéal pour lequel nous accepterions aujourd'hui des sacrifices ? » (p.176)

Louis Leprince-Ringuet.

Le Grand Merdier ou l'espoir pour demain.

Ed. Flammarion

Questionnaire

A/ Compétence de compréhension de l'écrit: 12 pts

- 1- Quel danger de la publicité est dénoncé par l'auteur dans ce texte ? Pourquoi ?
- 2- Classez les expressions de la liste suivante dans la colonne qui convient :
Conditions matérielles favorables – amollit le caractère - être en forme – confort devenu une fin en soi
– dormir dans un matelas de rêve - impression de satisfaction – économie de temps et d'effort –
élément de décadence

Pour le confort	Contre le confort

- 3- Il est bon pour un ingénieur de pouvoir se reposer dans un bon fauteuil. » Réécrivez cette phrase en remplaçant l'expression soulignée par une autre expression équivalente tirée du texte.
- 4- « Sans oublier les gadgets plus fondamentaux comme les cars climatisés, les machines à laver aux vingt programmes. »
Dans cette phrase « comme » introduit : une cause, une comparaison ou une illustration ? Choisissez la bonne réponse.
- 5- quel est le type de raisonnement adopté dans ce texte ? justifiez votre réponse en donnant un exemple.
- 6- « Leur attitude de rejet n'est pas entièrement négative. Elle s'accompagne de la découverte de valeurs nouvelles d'une grande importance. » A qui renvoie chacun des pronoms soulignés dans ces deux phrases ?
- 7- Parmi les énoncés suivants, quels sont ceux qui reprennent des idées de l'auteur ? Relevez-les dans l'ordre de leur apparition dans le texte.
4- Le confort détruit l'idéal pour lequel on accepte des sacrifices.
X- Le confort est un bien précieux qu'il faut entretenir.
1- La publicité prétend offrir un confort précieux avec un moindre effort.
3- Les jeunes ont compris qu'il y a mieux à faire que de céder à la tentation du confort encouragé à outrance.
2- Le confort est le bienvenu après une longue journée de travail.
X- Les jeunes qui rejettent l'idée de confort sont totalement inconscients.
- 8- Quelle est la visée communicative de l'auteur ?

B/ Compétence de production : 8 pts

Pour prévenir les jeunes contre les méfaits de la publicité, Faites le compte rendu objectif de ce texte (100 mots environ) à faire apparaître dans le journal de votre établissement.