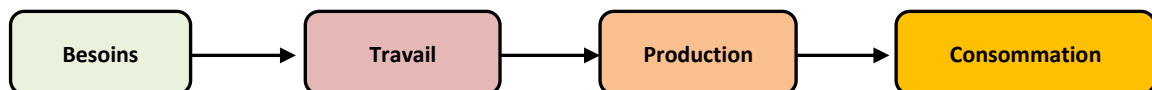


Introduction générale : les Sciences Economiques et Sociales

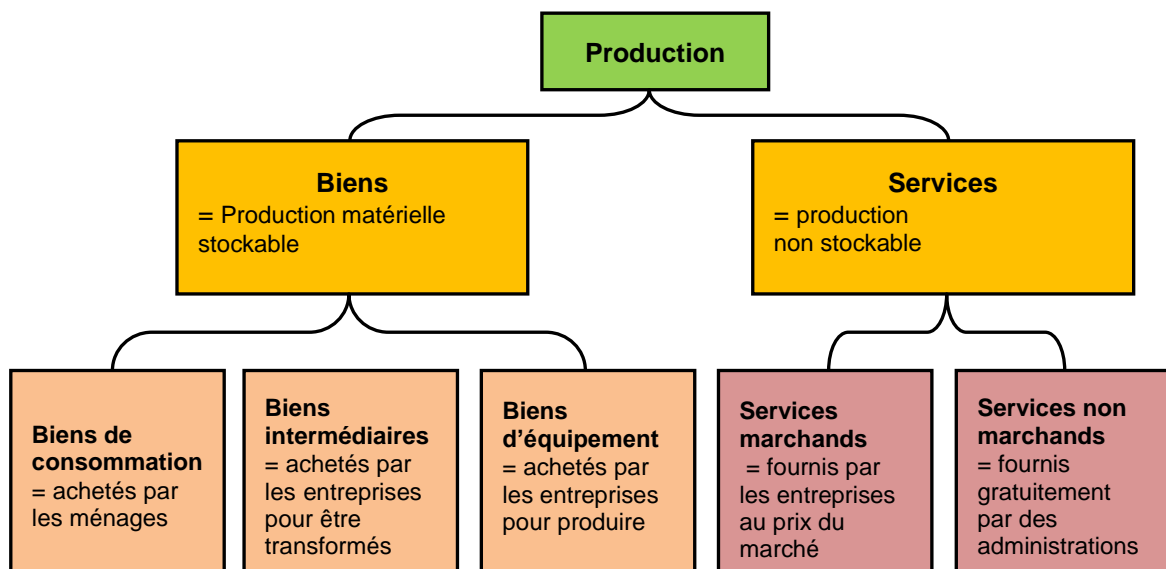
1 – Le point de vue des économistes

Selon les économistes, les hommes sont condamnés au travail pour deux raisons :

- **La nature, à l'état brut, est incapable de satisfaire les besoins humains**, à l'exception du besoin de respirer. L'oxygène est un des rares « biens libres », c'est à dire non-économique, qui nous est fourni gratuitement et en abondance. L'homme est donc confronté à des ressources rares puisque ses besoins sont toujours supérieurs à ce que peut lui offrir la nature. Plus un bien demandé est rare et plus son prix est élevé. Ainsi, le développement de la Chine entraîne une forte demande de pétrole au moment où les puits de pétrole commencent à s'épuiser. Le prix du pétrole va donc devenir de plus en plus élevé.
- **Or, l'homme a des besoins immenses et illimités**. Le besoin est un sentiment de privation accompagné du désir de le faire disparaître. L'homme a tout d'abord des besoins naturels, vitaux, biologiques, physiologiques ou « **primaires** » (se nourrir, se loger, dormir...), qui tiennent à la nature humaine, mais il a aussi des besoins artificiels, sociaux, psychologiques ou « **secondaires** » (se déplacer, se distraire, se cultiver,...), qui sont liés à la société à laquelle il appartient. Ainsi, pour manger, les français ont besoin depuis un siècle d'une fourchette alors que les chinois ont besoin de baguettes.
- **Les besoins et la rareté des ressources obligent donc l'homme à travailler et à produire** c'est à dire à transformer les ressources naturelles en biens et services économiques qui puissent le satisfaire directement. Ces produits seront ensuite **consommés**, c'est-à-dire achetés et **détruits** de façon plus ou moins rapide pour satisfaire ses besoins.



- **La production est composée de biens** qui sont matériels et stockables (du blé, une voiture, un avion...) **et de services** qui sont non-stockables (un cours, un prêt bancaire, la vente...). Certains de ces services sont fournis par des entreprises et sont payants (l'accès au réseau téléphonique, par exemple) et d'autres sont fournis gratuitement par des administrations ou à un prix inférieur de plus de 50% au coût de production (l'accès à la bibliothèque municipale, par exemple).

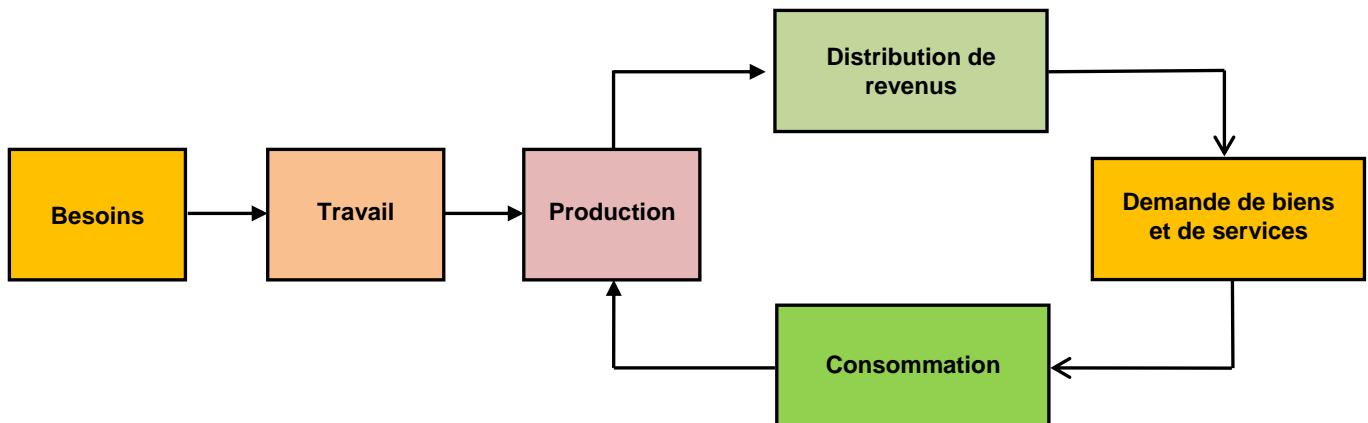


- ✓ **Les biens de consommation finale** achetés par les ménages pour leur satisfaction directe. Un ordinateur, une voiture, un kilo de pommes, des vêtements...pour la famille.
- ✓ **Les biens intermédiaires** achetés par les entreprises pour être détruits ou transformés dans la production. Du verre, de l'aluminium, des pneus pour une industrie automobile, par exemple.
- ✓ **Les biens d'équipement durables** (d'une durée de vie supérieure à 1 an) qui produisent d'autres biens et services. Une machine outil, un ordinateur, un avion acheté par une entreprise.
- ✓ **Les services marchands** vendus par des firmes à un certain prix sur le marché pour faire des bénéfices. Un service d'assurance, un service médical non remboursé par la Sécurité sociale...

- ✓ **Les services non marchands** fournis par une administration gratuitement ou quasi-gratuitement (leur prix est inférieur à 50% du coût de production) pour la satisfaction des besoins collectifs. Un cours de Sciences économiques et sociales, une intervention des pompiers...

	Biens de consommation	Biens intermédiaires	Biens d'équipement	Services marchands	Services non marchands
Une télévision pour une famille	X				
Un tracteur pour un agriculteur			X		
De l'essence pour un taxi		X			
Un chapiteau de cirque			X		
De l'essence pour la famille	X				
Du raisin pour faire du vin		X			
Un prêt bancaire				X	
La célébration d'un mariage					X
Un avion pour Air France			X		
Un cours de SES dans le public					X

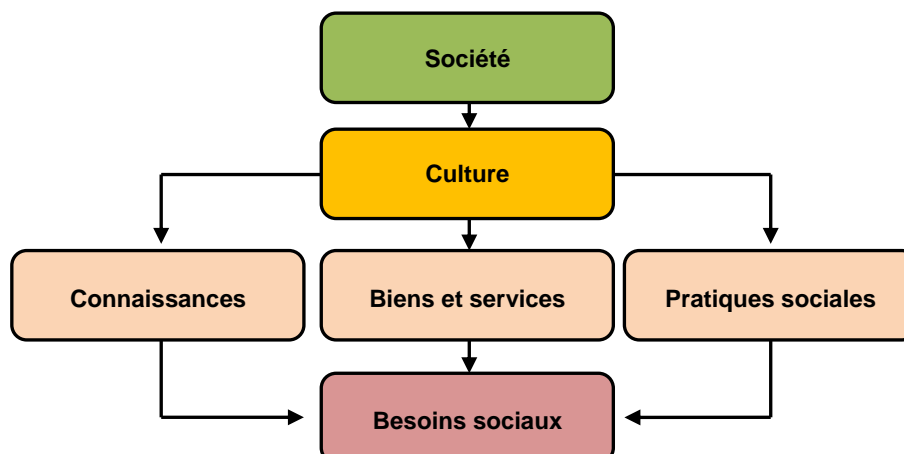
- **La science économique** est une science sociale qui étudie la façon dont les hommes produisent des biens et des services, la façon dont ils répartissent ces ressources rares et la façon dont ils les utilisent. Choisir, c'est donc renoncer ; ce sacrifice comporte un coût que l'on nomme « coût d'opportunité ». La consommation correspond donc à l'achat de biens et de services qui seront progressivement détruits pour satisfaire les besoins de la population.



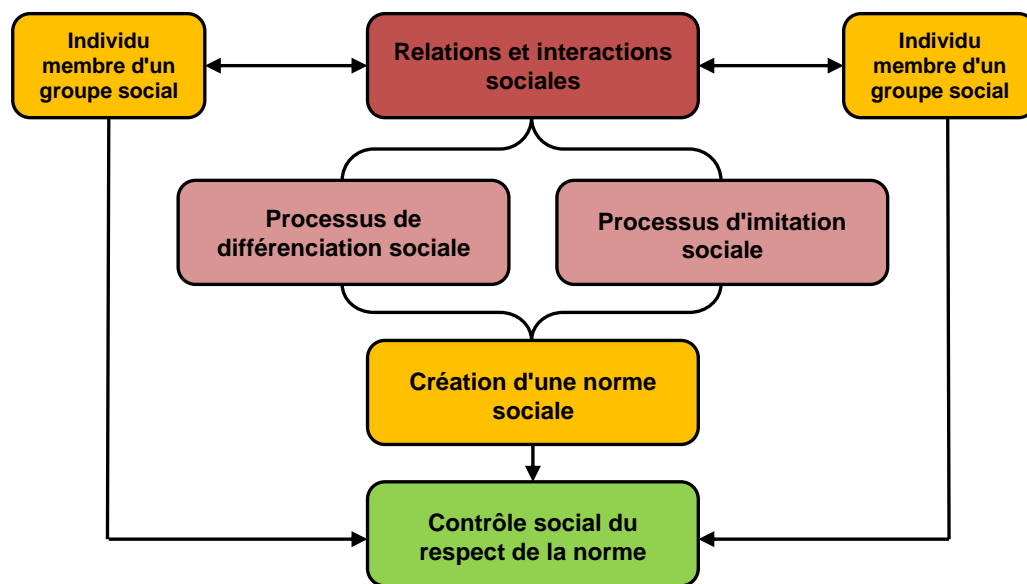
2 – Le point de vue des sociologues

Les sociologues vont mettre en évidence la dimension sociale et culturelle des comportements humains.

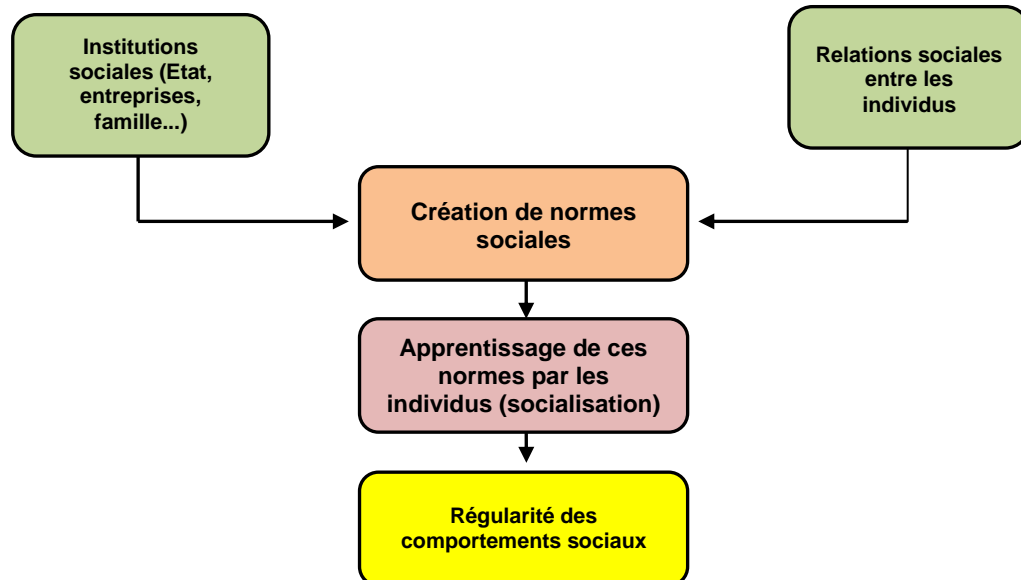
- **Tout d'abord, les besoins ne dérivent pas seulement de la nature humaine.** Ils sont avant tout **culturels** ou **sociaux**. Ainsi, les hommes ont toujours éprouvé le besoin de communiquer à distance entre eux. Pour cela, ils ont, au cours de l'histoire, inventé différents biens ou services pour y répondre (le tam-tam, le pigeon voyageur, le courrier postal, le télégramme, le téléphone fixe ou portable...). Ces biens nouveaux suscitent le besoin de les posséder comme le montre la rapide diffusion du téléphone portable dans la population mondiale.



- Ensuite, un même bien peut satisfaire à la fois des besoins fonctionnels et des besoins sociaux. Le téléphone portable permet ainsi de communiquer à distance tout en étant mobile. Il permet l'accès à Internet pour avoir des renseignements ou le paiement électronique pour ses achats. Mais, au-delà de ses fonctions utilitaires, le portable remplit des fonctions sociales. Il renforce le lien social qu'il soit professionnel, familial ou amical (les mères de famille peuvent ainsi rester en contact permanent avec leurs enfants). Il est aussi un instrument de contrôle social (le patron, la mère de famille, la police peuvent ainsi vérifier que l'individu agit en conformité à ses obligations). Enfin, le portable participe à la définition de l'identité sociale d'une génération. Les jeunes nés dans les années 1990 vont pouvoir adopter des comportements différents de ceux de leurs aînés grâce au portable (le SMS s'ajoute à la communication vocale). Le téléphone portable a accompagné le processus d'autonomisation des individus qui se développe depuis les années 1960 dans les sociétés des pays développés.
- De même, l'adoption d'un bien nouveau implique des interactions sociales entre les individus. Ce bien est d'abord adopté, en général, par la classe sociale la plus aisée qui va ainsi se différencier du reste de la population. Cette distinction va être relayée par les médias et susciter un manque dans le reste de la population. Progressivement, par un processus d'imitation, l'usage de ce bien va devenir une « norme sociale » (modèle de comportement socialement accepté) qui va réglementer le comportement des individus appartenant à cette société.



- L'usage d'un bien nouveau implique la définition de nouvelles normes sociales. Quelle attitude doit-on adopter avec ce nouveau bien ? Quel type de comportement est-il socialement acceptable ? Ainsi, le téléphone portable a modifié les modes de comportement en société. Doit-on répondre à une sonnerie lorsqu'on est à table ou dans une réunion ? Peut-on parler à voix haute dans la rue ou le tramway alors que des inconnus peuvent écouter la conversation ? Comment doit-on rédiger son message ?... Ces règles sociales se construisent de deux façons différentes :
 - ✓ Soit elles sont imposées aux individus par des règles techniques ou juridiques. Les individus sont alors obligés de les apprendre et de les intérioriser. C'est le processus de socialisation. La façon d'utiliser un portable dépend des normes techniques adoptées par l'entreprise qui l'a produit. L'usage du téléphone mobile est également réglementé par la loi. On ne doit pas l'utiliser en classe ou en conduisant une voiture sous peine de confiscation ou d'amendes, par exemple.
 - ✓ Soit elles s'élaborent progressivement lorsque les individus sont en interaction. Dans ce cas, le comportement dépend de la réaction des autres individus. Ainsi, au début de l'utilisation des téléphones portables, certaines personnes n'hésitaient pas à téléphoner pendant une séance de cinéma. Face à la protestation des autres spectateurs, la règle d'éteindre son portable durant la projection du film s'est peu à peu imposée.



- **La sociologie** est la science sociale qui essaye d'expliquer **la dimension collective des comportements humains**. Les pratiques individuelles sont expliquées en référence à l'appartenance aux groupes sociaux et les comportements de groupe en référence à la société globale. Le sociologue tente de faire apparaître des **régularités sociales** dans les comportements individuels (la courbe en S pour la diffusion des biens nouveaux, par exemple) qu'il va expliquer soit en faisant référence à la société ou aux groupes sociaux qui encadrent les individus soit en analysant les relations sociales que nouent les individus entre eux.

VOCABULAIRE EXIGIBLE

- **Consommation** = Consommer signifie détruire par l'usage, immédiatement ou progressivement, des biens et des services. La consommation correspond aussi à l'achat de biens et de services destinés à satisfaire les besoins des ménages à l'exception de l'achat d'un logement.
- **Effet de distinction et d'imitation** = un acte de consommation peut être la manifestation d'un désir d'imiter un groupe social modèle (c'est **l'effet d'imitation**) ; il peut être aussi la traduction d'une volonté de se distinguer des autres, par exemple pour se démarquer en affirmant son appartenance à un groupe social plus élevé que le sien. On parle alors **d'effet de distinction**.
- **Production** = Activité socialement organisée qui consiste à transformer des produits intermédiaires en biens et services finis.
- **Biens et services** = Un bien est un objet matériel et stockable. Un service est une prestation immatérielle et non stockable.
- **Socialisation** = processus d'apprentissage et d'intériorisation des normes et des valeurs d'une société ou d'un groupe social qui se déroule tout au long de la vie.
- **Normes sociales** = Modèles de comportements socialement acceptés.