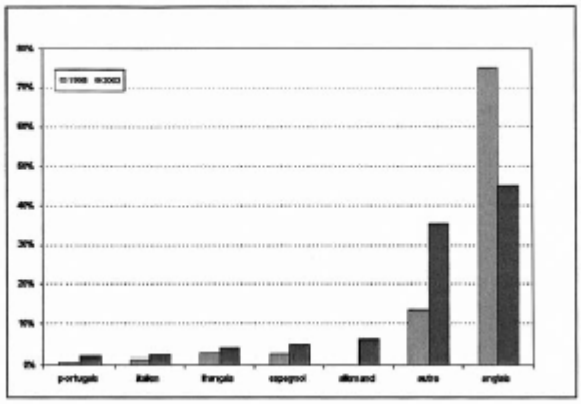
DISSERTATION : L'internationalisation des échanges entraîne-t-elle une uniformisation culturelle mondiale ?

DOCUMENT 1

Figure 2 : Proportion de pages Web composées dans une langue donnée



Source: FUNREDES 2003, http://funredes.org/lc

Source : Unesco, sommet mondial sur la société de l'information, 2005

DOCUMENT 2

« Hamlet, Zorro, Tarzan, et Cléopâtre figurent au hit-parade des prénoms donnés aux nouveaux-nés en Bulgarie, selon des statistiques d'état civil publiées vendredi. Les traditionnels Ivan et Victoria restent en tête, mais, prochaine entrée dans l'Union européenne oblige, les jeunes parents bulgares se mettent à la mode occidentale avec une recrudescence de prénoms inspirés par la télévision, la littérature ou les magazines people. La Bulgarie avait connu quelques petits Lénine et Staline, du temps de l'ex-URSS. « *Maintenant que le pays est plus ouvert au monde, les jeunes se détournent de la tradition patriarcale consistant à donner aux enfants les prénoms de leurs grands-parents, au profit de prénoms étrangers visant une intégration potentielle plus facile de l'enfant dans un pays étranger »* souligne la sociologue Mira Yanova. D'où l'inflation des Jessica, Diana et autres Michael et Anthony »
« Prénoms au goût bulgare », *Libération*, 05/08/2006

DOCUMENT 3

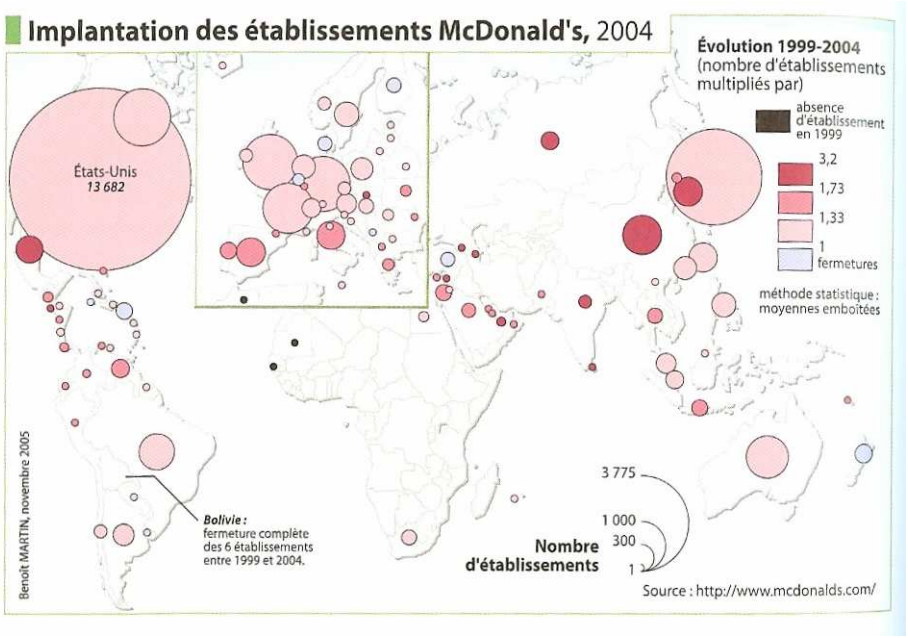
« Aujourd'hui à l'Unesco l'exception culturelle acquiert force de loi. Appuyés par des ministres de la Culture venus en nombre pour l'occasion, les délégués doivent adopter une convention internationale incitant les Etats à soutenir l'art et la culture dans toutes leurs manifestations, *«par une multiplicité de moyens»*.
«Porteurs d'identité, de valeur et de sens», les *«activités, biens et services culturels»* sont ainsi censés échapper aux négociations commerciales, d'où l'ire des Etats-Unis qui ont tout fait pour empêcher l'adoption. Mais se sont retrouvés seuls. Leur argument était le suivant : cette exception culturelle cache en fait une politique *«protectionniste»*, assurant que la convention risque de *«faire capoter les progrès vers une libéralisation mondiale du commerce sous l'égide de l'OMC»*.
Les Américains font valoir que les films français sont diffusés aux Etats-Unis. *«Mais* les Choristes *ont été interdits aux moins de 13 ans, à cause de la scène de la gifle»,* souffle un responsable français, y voyant la démonstration que *«tout ceci est un vrai débat de société»*.
Les juristes ont aussi rivalisé d'efforts pour préciser la vague notion de *«diversité culturelle»*. Les Américains ont ainsi expliqué en coulisse que cette convention permettrait aussi bien au Brésil d'interdire les importations de café colombien ou au Japon de riz thaïlandais, au nom de la défense d'un *«bien culturel»* porteur d'identité. Et les Français de bouter la frite belge hors des frontières ? Pour risible que l'argument paraisse, il prend source dans une certaine confusion entretenue par l'Unesco, qui rêve d'une autre convention protégeant le *«patrimoine immatériel»*, vaste continent informe qui pourrait aller des chants corses au... maïs mexicain.
Vincent NOCE, « L'Unesco persiste et signe », *Libération*, lundi 17 octobre 2005

DOCUMENT 4

« Au vu du panorama mondial du cinéma, du livre, des médias, des nouvelles technologies, et de leur économie, ce qui frappe, c'est l'extraordinaire diversité des situations par pays et à l'intérieur de chaque pays. Cette conclusion se renforce du fait que la culture industrielle au sens le plus large est très inégalement répartie à la surface du globe. Du côté de la production des biens et des services culturels, les pays industrialisés du triangle Amérique du Nord-Europe-Asie riche exercent une hégémonie. Du côté de la réception des contenus culturels et de la consommation, on retrouve ces mêmes régions en première ligne. De plus, tous les pays du monde sont gagnés peu ou prou par l'industrialisation de la culture et par les flux mondiaux de marchandises à valeur culturelle, en fonction de leur degré de richesse et de développement. Au sein même de ces pays, seules les couches les plus favorisées de la population sont touchées par ces phénomènes et les disparités peuvent être énormes. En Afrique subsaharienne, par exemple, une frange riche de la population vit en ville, possède TV, antenne parabolique, vidéo, radio, ordinateur avec branchement« web », et maîtrise l'écriture, la lecture et les langues de grande diffusion comme l'arabe, l'anglais ou le français. Dans les villages, à 15 kilomètres de la ville, il n'y a ni eau courante ni électricité. Les paysans qui y vivent ne disposent ni du matériel ni des ressources financières ou culturelles de leur donner accès à une consommation de type urbain. Le terme de « mondialisation» de la culture est donc impropre si l'on entend par là une répartition des biens culturels industrialisés et marchandisés sur l'ensemble de la planète. Ce qui frappe l'observateur, c'est l'extrême inégalité entre pays, et entre catégories sociales à l'intérieur d'un même pays, devant les flux mondiaux de la culture »

Jean-pierre Warnier, *La mondialisation de la culture*, éditions La découverte, pp 57-58, 2004

DOCUMENT 5



DOCUMENT 6

« Malgré la crise largement médiatisée au milieu des années 1990, l'industrie de la musique demeure encore puissante et joue un rôle capital dans la croissance économique de nombreux pays à tous les stades de développement. Les ventes de détail mondiales signalées de l'industrie de la musique pour 2002 ont atteint un volume de 3 milliards d'unités et un montant total de 31 milliards $ US.

En 2002, les marchés mondiaux de la musique ont été dominés par les États-Unis (39,8 % des ventes mondiales), l'Europe (34,6 %) et le Japon (14,8 %) tant pour le volume que pour la valeur. L'Asie s'est appropriée 17,7 % du marché mondial de la musique et est ressortie troisième, avec le Japon comptant pour environ 80 % des ventes dans la région. L'Amérique latine, où la musique était considérée comme le segment ayant la plus rapide expansion de toute l'économie mondiale de divertissement au milieu des années 1990, a détenu seulement 3,2 % du marché mondial de la musique en 2002. Le marché de la musique africaine s'est avéré le plus petit marché régional, avec seulement 130,7 millions $ US en 2002, pour une infime part de 0,4 % des ventes mondiales totales »

Source : Unesco, « Echange internationaux d'une sélection de biens et services culturels », 2006