

## Mondialisation et diversité culturelle

La mondialisation intègre les économies et les territoires dans un système planétaire qui crée une culture mondiale mais n'uniformise pas la planète. Différences culturelles et inégalités économiques caractérisent aussi l'espace mondial.

| Sujets d'étude                            | Une situation au moins   | Orientations et mots-clés  |
|---|--|--|
| 2. Mondialisation et diversité culturelle | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le cinéma en Asie</li> <li>- Géographie des goûts alimentaires</li> <li>- Géographie des langues en Europe</li> </ul> | On présente l'émergence d'une <b>culture mondiale</b> . On montre que la vitalité des <b>métissages culturels</b> n'exclut pas la pluralité de cultures singulières qui témoignent des <b>appartenances identitaires</b> . |

*Les sujets d'étude sont tous obligatoires. Pour chaque sujet d'étude, on retient au moins une situation parmi celles indiquées et on garde la liberté d'en traiter d'autres tirées de la liste du programme ou à l'initiative de l'enseignant. Bulletin officiel spécial n°2 du 19 février 2009*

### LE SUJET D'ÉTUDE

#### Définition du sujet d'étude

Le sujet d'étude doit permettre aux élèves de comprendre que, dans le champ culturel, la mondialisation engendre à la fois de l'homogénéisation (modes de consommation, circulation de l'information) et de la différenciation (affirmations identitaires).

Le terme de « **culture** » est pris dans son acception la plus large (l'ensemble des normes, des usages, des coutumes, des manifestations artistiques et religieuses qui caractérisent une société) plutôt que dans son acception restreinte (les créations symboliques et artistiques, le patrimoine). Il invite à une analyse géographique des faits culturels, c'est à dire à un raisonnement multi scalaire distinguant le mondial et les autres échelles. En effet, la puissance de grandes entreprises capables de produire et de diffuser massivement des biens culturels standardisés, la croissance des flux migratoires, le tourisme favorisent le développement d'une **culture mondialisée** et une certaine homogénéisation des modes de vie et des comportements. Toutefois, si cette culture de masse apparaît à l'échelle mondiale comme une des composantes des cultures contemporaines, des cultures singulières ancrées dans une histoire et un territoire continuent d'exister aux échelles locale, régionale ou nationale.

La diffusion de produits culturels de masse sur toute la planète est portée par des supports variés : films de fiction, feuilletons télévisés, productions musicales, comportements alimentaires, habitudes vestimentaires... Elle a fréquemment pour vecteurs des entreprises d'origine américaine (blockbusters produits par les *majors* d'Hollywood, *jean*, Coca-Cola, McDonald's...) mais ne se réduit cependant pas à une américanisation des modes de vie. En effet les biens culturels mondialisés proviennent aussi d'Europe, du Japon, ou de pays émergents au sein desquels se développent aujourd'hui de grands médias de masse : consoles, jeux électroniques ou mangas japonais ; films de Bollywood ; émissions télévisées d'Al Jazeera ; *telenovelas* brésiliennes...

La diffusion de ces biens culturels standardisés est souvent perçue comme mettant en péril les identités singulières au profit d'une culture uniformisée, mondialisée et marchande. Toutefois, aux échelles

locale, régionale, nationale se revendiquent, se pérennisent mais aussi se recomposent des cultures singulières, fruits de la réappropriation par les individus de leur histoire et de leur culture. Ainsi, l'inscription dans le « village planétaire » n'est pas pour autant synonyme d'uniformisation culturelle. Bien au contraire, la diversité culturelle demeure une réalité forte.

### **Articulation entre sujet d'étude et thème général annuel**

L'émergence d'une culture mondiale est un aspect majeur de la mondialisation. Largement portée par des firmes transnationales, elle est partie prenante de l'extension du capitalisme à l'échelle de la planète. Elle ne peut toutefois être réduite à cette dimension marchande car ce sont aussi des valeurs (démocratie, droits de l'homme, prise de conscience de la nécessité d'un développement durable...) qui se diffusent dans le monde. C'est ainsi dans le champ culturel que s'observe le mieux l'émergence d'une « société-Monde ».

## **LES SITUATIONS**

**Le programme prévoit de traiter au moins une situation parmi les trois proposées.** Chacune des situations permet de travailler sur l'articulation de la culture mondiale et de cultures territoriales singulières dans diverses situations géographiques.

### **Le cinéma en Asie**

L'Asie produit beaucoup plus de longs métrages de cinéma que les États-Unis ou l'Europe. Ce cinéma a élaboré des genres très fortement ancrés dans les cultures nationales (films musicaux indiens, films d'arts martiaux japonais et chinois). Parmi ces films, produits pour un public populaire, certains sont remarquables et ont influencé les réalisateurs occidentaux, contribuant largement au renouvellement du cinéma américain. On peut rappeler notamment le réalisateur japonais Akira Kurosawa, dont *Les Sept samouraïs* (1954) ont inspiré *Les sept mercenaires* de John Sturges en 1960 et *Yojimbo* (1961) *Pour une poignée de dollars* de Sergio Leone en 1964. Plus près de nous, Quentin Tarentino a utilisé les codes des films de *kung fu* venus de Hong Kong. La place grandissante des films coréens et chinois dans les festivals et les palmarès est aujourd'hui une des marques de l'émergence de ces puissances sur la scène mondiale. Les cinématographies asiatiques sont de plus en plus présentes sur les marchés européen ou nord-américain ; les films indiens s'exportent au Maghreb, en Afrique subsaharienne. Mais à l'inverse, les marchés des pays asiatiques sont de plus en plus ouverts aux films produits par Hollywood, vecteurs des modes de vie occidentaux auprès des classes moyennes urbaines – à l'exception du marché indien, encore protégé par des quotas d'importation.

### **Géographie des goûts alimentaires**

Dans les différentes parties du monde, l'alimentation a d'abord été fondée sur les plantes cultivées localement et les espèces animales autochtones. On distingue quatre grandes céréales de civilisation : le blé au Proche-Orient, en Europe et en Chine du Nord, en Inde du Nord ; le riz en Asie du Sud et du Sud-Est ; le maïs en Amérique ; le millet en Afrique. Cependant, chaque civilisation a compté des marchands en contact avec d'autres cultures, et les produits alimentaires ont très tôt circulé. Ainsi nombre d'aliments caractéristiques d'une cuisine nationale ou régionale sont en fait importés. Celle de l'Italie en offre un bon exemple : les pâtes auraient été rapportées de Chine par Marco Polo, la tomate est originaire d'Amérique, le café d'Éthiopie. Il ne faut toutefois pas confondre les métissages culinaires et la mondialisation du goût. Les premiers sont anciens et aboutissent à des recettes originales : une plante ou une espèce importée est cuisinée selon les modes de cuisson et d'assaisonnement locaux. La seconde est récente et liée à la puissance financière de grandes firmes agro-alimentaires ou de chaînes de restauration (McDonald's, Coca Cola). Mais la diffusion de plats et de produits mondialisés (vin, bière, pizza, sushis, plats *tex-mex*, riz cantonais...) uniformise d'autant moins la planète qu'elle reste, dans les pays en développement, largement circonscrite aux espaces urbains et aux classes moyennes urbaines.

## Géographie des langues en Europe

La langue est un marqueur fort et facilement repérable de l'identité culturelle. Aujourd'hui, en Europe, la pratique des langues illustre bien la complexité de celle-ci. La diversité européenne s'exprime au travers de langues nationales, issues de plusieurs grandes familles linguistiques qui peuvent être mises en relation avec le peuplement de l'Europe par vagues de migrations successives : basque (langue isolée sans langues parentes connues), langues celtiques, latines, germaniques, slaves, baltes (groupe indo-européen) ; finnois, estonien et hongrois (groupe ouralien) ; turc (groupe altaïque)... À une autre échelle, celle de l'Europe, l'anglais tend à s'imposer comme langue de communication internationale. Enfin, on peut observer de multiples formes de résistance et de reconnaissance des langues régionales et minoritaires. La Charte européenne des langues régionales et minoritaires, adoptée par le Conseil de l'Europe en 1992, considère ainsi que « *la protection des langues régionales ou minoritaires historiques de l'Europe, dont certaines risquent, au fil du temps, de disparaître, contribue à maintenir et développer les traditions et la richesse culturelle de l'Europe* ». En 1999, la signature de la Charte par la France ouvre un débat constitutionnel et s'accompagne d'une déclaration interprétative qui limite les engagements souscrits. On peut comparer la situation française et celle qui prévaut en Espagne, où à côté du castillan « langue espagnole officielle de l'État », certaines « langues espagnoles » (basque, catalan, galicien) disposent, dans les « Communautés autonomes » (régions) où elles sont parlées, d'un statut de co-officialité.

## POUR ALLER PLUS LOIN

- *Atlas des langues*, Acropole, 2004.
- *L'atlas des mondialisations*, La Vie/Le Monde, 2010.
- *L'atlas des civilisations*, La Vie/Le Monde, 2009.
- *L'atlas des religions*, La Vie/Le Monde hors série, 2007 ;
- Fumey, G. *Atlas mondial des cuisines et de la gastronomie*, Autrement, 2004.
- Grataloup Ch., *Géohistoire de la mondialisation*, Armand Colin, 2007.
- F. Martel, *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Flammarion, 2010
- Walter Henriette, *L'aventure des langues en Occident*, Paris, LGF, le Livre de Poche, 2009
- Le site de l'Organisation internationale de la francophonie : [www.francophonie.org](http://www.francophonie.org)
- Sur « les langues de France », le site Corpus de la parole, réalisé par le ministère de la culture et de la communication, en lien avec le Cnrs : <http://corpusdelaparole.in2p3.fr>