

La mondialisation et la diversité culturelle

Séance 2B : Le cinéma états-unien dans le monde

Quelle place occupe le cinéma états-unien dans le monde ?

SYNTHESE

1) La place énorme du cinéma étasunien dans le monde

La carte représente le nombre total d'entrées de cinéma dans le monde en fonction des films américains ou d'autres productions non américaines.

Ce qui montre que le cinéma américain écrase les autres productions en Amérique, en Europe et en Océanie, en Corée du sud et à Hong-Kong.

Il y a plus de 36 pays où les films américains sont répandus dans le monde.

En particulier en France, une bonne majorité des films américains sont regardés et appréciés par les Français.

Le graphique montre que le marché de l'audiovisuel est de plus en plus dominé par les Etats-Unis. Ils représentent 59% de ce marché en 2009 et presque 69% en 2013.

Il y a une augmentation de la culture des Etats-Unis .

Ce classement représente les 20 films qui ont eu les plus gros succès commerciaux du cinéma mondial en 2014. Sur 20, 19 sont produits aux Etats-Unis.

Le document montre que les plus gros succès commerciaux sont des films produits pour la majorité aux États-Unis, sauf pour un qui a été créé en France, le film "Lucy" de Luc Besson.

Une affiche montre un film étasunien Transformer qui a été le plus populaire de l'histoire du cinéma chinois

2) Les causes du succès du cinéma américain

Le document nous montre que le cinéma hollywoodien a vendu plus de films grâce à la promotion des films qui est en augmentation.

Le texte montre que Hollywood prend une place importante grâce à la publicité répandue dans le monde entier. L'augmentation de la publicité pour Hollywood est forte, elle a été multipliée par 8 entre 1983 et 2003.

Dans le film *Transformers* il y a des produits chinois tel que : Le lait (Yili Milk), Les ordinateurs (Lenovo), une carte de débit chinoise, un distributeur automatique d'une banque chinoise. Et il y a des scènes tournés à Hong-Kong et à Pékin. Donc cela montre que ce film américain est très populaire en Chine.

Ce document montre que le cinéma américain est prêt à modifier ses films ou à les "caricaturer" pour plaire à certaines régions de pays et pour ainsi rester numéro un dans le marché mondial.

3) Les limites de la mondialisation

En Chine ou en Afrique, ce sont d'autres films non américains qui font plus d'entrées.

Les autres films non américains sont répandus dans seulement 11 pays regroupés vers les pays d'Afrique du nord et du Moyen-Orient (Maroc, Turquie, Liban, Égypte), en Russie, en Chine, au Japon, en Corée du Sud, à Hong Kong et légèrement au Brésil et en Argentine.

Des pays comme la France défendent « l'exception culturelle ». Elle impose aux radios ou aux chaînes de télévision un minimum de chansons françaises ou de films français.