

Sous la direction de **Dominique Jouannet**

NOUVEAU PROGRAMME
1^{re}
Bac Pro
NOUVEAU PROGRAMME

HISTOIRE GÉOGRAPHIE

ÉDUCATION CIVIQUE

EXTRAIT

À feuilleter intégralement
à partir du 28 avril 2014
sur www.editions-delagrave.fr



DELAGRAVE

MAGNARD

HISTOIRE

État et société en France de 1830 à nos jours

1. Être ouvrier en France (1830-1975)
2. Les femmes dans la société française de la Belle Époque à nos jours
3. La République et le fait religieux depuis 1880
4. De l'État français à la IV^e République (1940-1946)

GÉOGRAPHIE

Des territoires dans la mondialisation

5. Acteurs, flux, réseaux de la mondialisation

6. Mondialisation et diversité culturelle 87

Des repères pour situer le sujet d'étude

Carte 1 : Les grandes aires culturelles mondiales 88

Carte 2 : Les sites Internet les plus consultés dans le monde 89

Carte 3 : Les principales migrations de travail dans le monde 89

Des documents au choix pour aborder le sujet d'étude

A. La diffusion d'une culture mondiale 90

B. L'affirmation d'identités particulières 92

Situation 1 : Le cinéma en Asie 94

Situation 2 : Géographie des goûts alimentaires 96

Des connaissances à maîtriser pour traiter le sujet d'étude à l'examen

Leçon 1 : L'émergence d'une culture mondiale 98

Leçon 2 : La persistance des diversités culturelles 99

EXAM

Évaluer ses connaissances sur le sujet d'étude 100

Répondre à des questions de connaissance (exercice guidé) 101

Répondre à des questions à partir d'un support documentaire (exercice guidé) 102

7. Pôles et aires de puissance

8. Les dynamiques des périphéries

ÉDUCATION CIVIQUE

9. Le citoyen et la République

SUJETS EXAM

Certification intermédiaire et CAP

Programme d'Histoire Géographie Éducation civique

Classe de Première Baccalauréat professionnel

HISTOIRE

État et société en France de 1830 à nos jours

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.

Sujets d'étude	Une situation au choix
1. Être ouvrier en France (1830-1975)	- 1892, la grève de Carmaux et Jean Jaurès - Être ouvrier à (exemple dans une ville industrielle)
2. Les femmes dans la société française de la Belle Époque à nos jours	- Louise Weiss et le vote des femmes dans l'entre-deux-guerres - Simone Veil et le débat sur l'IVG
3. La République et le fait religieux depuis 1880	- Les lois laïques des années 1880 - Briand et la loi de séparation des Églises et de l'État
4. De l'État français à la IV ^e République (1940-1946)	- La rafle du Vel' d'Hiv' - Jean Moulin et l'unification de la Résistance

GÉOGRAPHIE

Des territoires dans la mondialisation

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.

Sujets d'étude	Une situation au choix
1. Acteurs, flux, réseaux de la mondialisation	- Les migrations internationales - Le circuit mondial d'un produit
2. Mondialisation et diversité culturelle	- Le cinéma en Asie - Géographie des goûts alimentaires
3. Pôles et aires de puissance	- La Chine littorale - La Californie
4. Les dynamiques des périphéries	- Un pays émergent - Un PMA

ÉDUCATION CIVIQUE

Le citoyen et la République

On aborde deux thèmes : le thème obligatoire et un thème parmi les trois au choix. Pour chaque thème, on s'appuie sur un sujet au moins. On garde la liberté de traiter d'autres sujets pris dans la liste du programme ou choisis à l'initiative de l'enseignant.

Thèmes	Sujets possibles
A. Thème obligatoire La Constitution de la V ^e République et l'exercice des pouvoirs	- Le rôle du président de la République - La séparation des pouvoirs
B. Thèmes au choix - Droits et devoirs des citoyens ou - Citoyen français, citoyen européen ou - Le citoyen et la justice	- Le parcours civique (recensement et Journée défense et citoyenneté) - La couverture maladie universelle - Le droit de vote - La Cour européenne de justice - Être juré en cour d'assises - Le droit, la loi, la liberté

6. Mondialisation et diversité culturelle



La mondialisation, entre uniformisation et brassage culturels

“ Stimulée par le marché et la circulation de l’information, la consommation de produits culturels mondiaux se généralise. Or, si elle s’impose aux modes plus traditionnels de la diffusion de la consommation, cette culture mondiale n’exclut pas pourtant la coexistence d’autres formes et pratiques culturelles. Des réappropriations, hybridations et métissages multiples se manifestent partout. Contrairement aux idées reçues, le monde culturel se diversifie plus qu’il ne s’uniformise. ”

Marie-Françoise Durand et alii,
Atlas de la mondialisation,
Sciences Po/Les Presses, 2010.



Matango Flower, Takashi Murakami, 2001-2006, fibre de verre, fer, peinture à l’huile et acrylique, 315 (h) x 204,4 (l) x 263 cm (p), galerie des glaces du château de Versailles, 2010.

Pur produit de l’univers manga, ce champignon floral fait partie des 22 œuvres de Takashi Murakami accueillies au château de Versailles en 2010. La rencontre entre la production contemporaine de l’artiste néo-pop japonais et le cadre prestigieux du château de Versailles a suscité de vives polémiques autour du « choc des cultures ».

La mondialisation, des identités culturelles affirmées

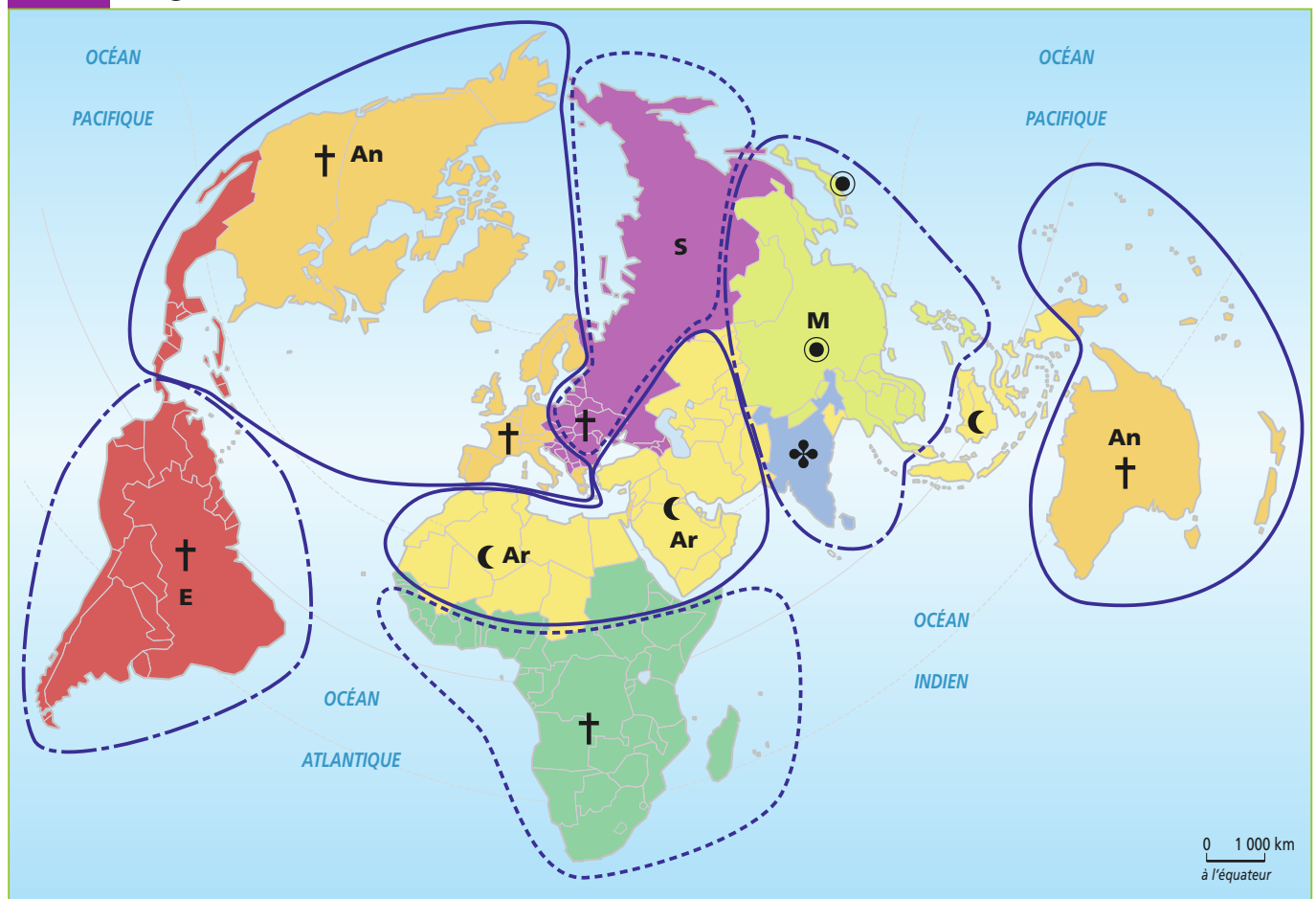
Situation 1 – Le cinéma en Asie : au croisement des traditions asiatiques et d’une culture mondiale 94

Situation 2 – La géographie des goûts alimentaires : une diversité préservée 96

Complexité et uniformisation culturelles du monde

Sous l'effet du développement des échanges, des progrès des moyens de transport et de communication, les sociétés humaines tendent à s'uniformiser. Le partage de plus en plus important de produits culturels, d'informations et de modes de consommation conduit ainsi à l'émergence d'une culture mondiale. Toutefois, de nombreuses cultures singulières ancrées dans une histoire et un territoire continuent d'exister à différentes échelles.

Carte 1 Les grandes aires culturelles mondiales



1. UN MONDE MORCELÉ EN GRANDES AIRES CULTURELLES...

	Aire indienne
	Aire extrême-orientale
	Aire musulmane
	Aire occidentale
	Aire latino-américaine
	Aire africaine
	Aire slave

2. ... DÉFINIES PAR DES FACTEURS D'UNITÉ

Langues

An	Anglais
Ar	Arabe
E	Espagnol
M	Mandarin
S	Langues slaves

Religions

	Christianisme
	Hindouisme
	Islam
	Bouddhisme

3. ... AVEC DES DYNAMISMES INÉGAUX

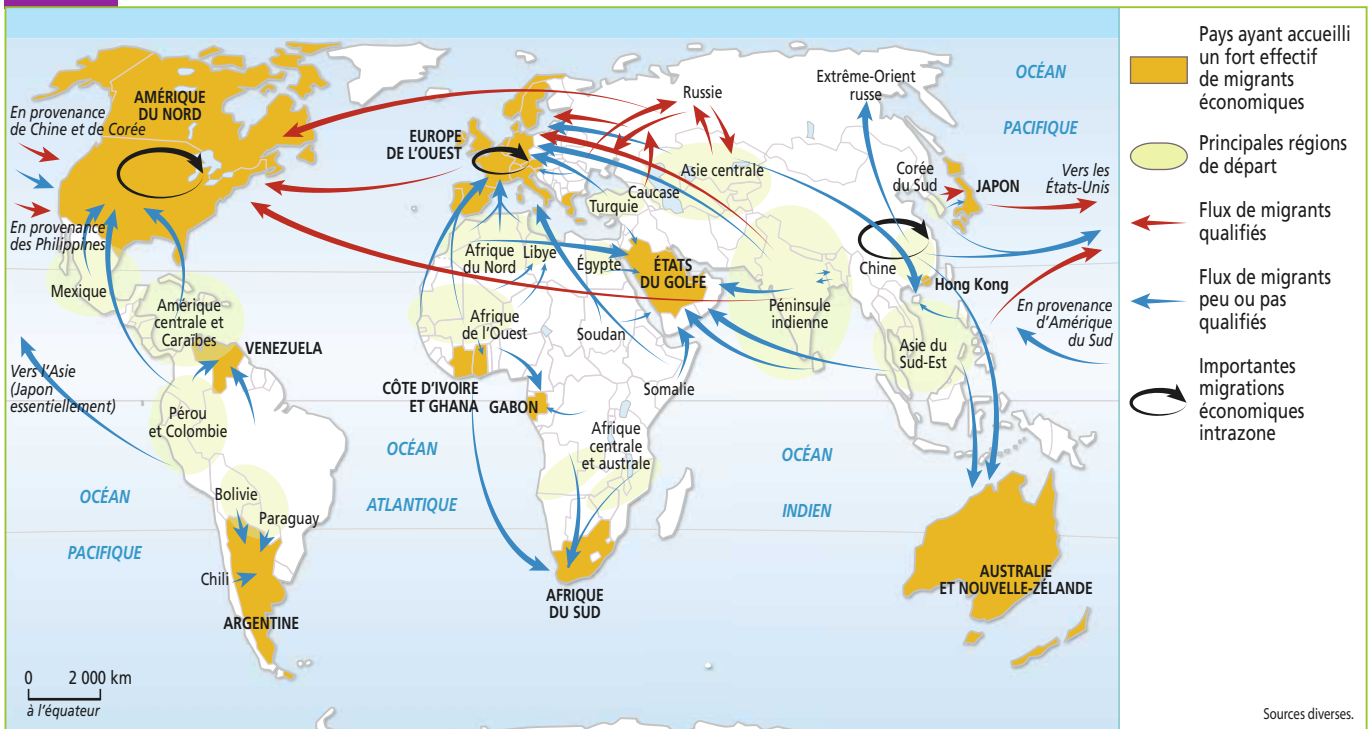
	Aire culturelle en pleine expansion
	Aire culturelle en relative expansion
	Aire culturelle stable ou en repli

- 1 Identifiez les facteurs qui témoignent de la diversité culturelle du monde.
- 2 Observez les limites des grandes aires culturelles et formulez une remarque.
- 3 Indiquez à quel terme du titre de cette double page renvoie la carte. Justifiez votre réponse.

Carte 2 Les sites Internet les plus consultés dans le monde



Carte 3 Les principales migrations de travail dans le monde



- 1 **Carte 2** – Expliquez le rôle des réseaux Internet dans le processus d’uniformisation culturelle du monde.
- 2 **Carte 2** – Montrez que cette uniformisation a des limites.
- 3 **Carte 3** – Précisez pourquoi les migrations de travail favorisent l’expression de la diversité culturelle dans le monde.

Restituer l’essentiel

À l’aide des documents, expliquez le titre du sujet d’étude « Mondialisation et diversité culturelle ».

- ▶ Définissez les expressions « diversité culturelle » et « mondialisation culturelle ».
- ▶ Interrogez-vous sur le sens de la conjonction de coordination « et ».

A. La diffusion d'une culture mondiale

Doc. 1 Commerçant marocain de la région montagneuse de l'Atlas



« Cette photographie montre que la mondialisation s'accompagne d'une certaine uniformisation des modes de consommation. » Expliquez et justifiez cette affirmation.

Doc. 2 Indiens Surini au cœur de l'Amazonie



- Décrivez cette photographie.
- Montrez son intérêt pour comprendre la diffusion d'une culture mondiale.

Doc. 3 Le football, un sport mondial

Le football est le stade ultime de la mondialisation. Il n'est pas aujourd'hui de phénomène plus global. Son empire ne connaît ni frontières, ni limites. Phénomène plus rare encore, c'est le seul empire qui soit populaire. Et c'est le seul par lequel les peuples enthousiastes réclament d'être conquis, se réjouissent de l'avoir été, luttent avec acharnement pour en être les meilleurs disciples. Il n'y a aucune surface habitée de la planète, si petite soit-elle, qui ait su, pu ou voulu résister à la conquête du football. Ce sport si typiquement britannique est devenu le sport mondial.

Le premier empire politique et militaire global, c'est-à-dire à l'échelle de la planète, est celui dirigé par les États-Unis. Ils dominent le monde comme jamais aucune autre puissance ne l'avait fait auparavant. D'Oslo à Tokyo, ils sont stratégiquement presque présents partout. Mais cet empire est surclassé, et de loin, dans l'étendue de son influence et, plus encore, dans sa popularité, par celui du ballon rond. [...]

La globalisation, la mondialisation sont devenus des termes

courants pour qualifier la période actuelle. Les frontières n'ont plus le même sens qu'autrefois. Les moyens de communication, qu'ils soient employés à rendre publics les événements ou à se déplacer, ont radicalement modifié les notions de temps et d'espaces. Le monde est devenu un village global où tout se sait. Où, du moins, tout peut se savoir. Il existe désormais des références universelles, immédiatement identifiées par la majorité des êtres humains, qu'ils vivent à Tokyo, Berlin, Los Angeles, Dakar, Buenos Aires ou Melbourne. Mais le phénomène le plus global est bien le football. Bien sûr G. Bush, Ben Laden, le pape ou le Dalaï Lama, Madonna ou Youssou N'Dour sont universellement connus (et diversement appréciés). Or, Messi, Cristiano Ronaldo ou Drogba les dépassent de loin en notoriété, et plus encore en popularité. Le football est bel et bien l'archétype de la mondialisation plus encore que la démocratie, l'économie de marché ou Internet.

Pascal Boniface, *Football et mondialisation*, Armand Colin, 2010.

Expliquez pourquoi le football témoigne d'une uniformisation culturelle du monde.

Doc. 4 **Made in China**

Au cours des trois dernières décennies, les partisans et les critiques de la mondialisation la considéraient comme un synonyme d'américanisation. Caractéristique de cette mondialisation américaine, l'Amérique corporatiste marquait sa domination du monde par l'omniprésence des arches dorées de McDonald's et les panneaux rouge vermillon proclamant « *Things go better with Coke* » (« Les choses vont mieux avec un Coca-Cola »). Les panneaux Coca-Cola, avec des slogans différents, et les arches sont toujours là, mais la mondialisation américaine est évanouie.

Les nouveaux champions de la mondialisation d'aujourd'hui sont les pays pauvres et en développement d'hier, spécialement ceux d'Asie – menés par la Chine et l'Inde. Les produits « *Made in China* » remplissent les rayonnages des supermarchés de l'Ouest, nous rappelant que la Chine est le deuxième plus gros exportateur mondial, la deuxième plus grosse économie, et le premier créancier. En Inde, longtemps connue pour son sous-développement, les compagnies informatiques dirigent maintenant les back offices du monde et les milliardaires indiens font la tournée des magasins dans l'Ouest développé.

Nayan Chanda, « Mondialisation ou asiatisation ? », *Problèmes économiques* n° 3 038, février 2012.

- Relevez les acteurs de la diffusion d'une culture mondiale.
- Reformulez le point de vue de l'auteur.

Doc. 5 **Un salon manga à Barcelone (Espagne)**

XVIII SALÓ DEL MANGA DE BARCELONA

DEL DIJOUS 1 AL DIUMENGE 4 DE NOVEMBRE DE 2012
PALAU 2 FIRA BARCELONA MONTJUÏC



Montrez que ce document renforce le point de vue développé par l'auteur du texte précédent (doc. 4).

Doc. 6 **Tradition et mondialisation**

Les faits qui relèvent de la mondialisation de la culture ne sont pas tous de même nature. En effet, peut-on mettre dans le même panier la diffusion hors du Japon de l'art zen du tir à l'arc et la commercialisation mondiale d'un film comme *Titanic*? L'art zen est le produit d'une tradition. Pour se l'approprier, il faut en passer par un apprentissage de plusieurs années auprès d'un maître. En revanche, les films et les séries télévisées sont les produits culturels d'une industrie de haute technologie. Ils font l'objet d'une consommation de masse éphémère et sans cesse renouvelée. Ici une tradition plusieurs fois séculaire, là une production d'origine récente vouée à une consommation à court terme. Les problèmes posés par la mondialisation de la culture s'inscrivent dans l'espace ouvert par cette différence : que pèsent les cultures du monde – celles par exemple des Indiens d'Amazonie, des Eskimos, des Tziganes ou des Alsaciens face à l'assaut des industries de la culture ? Que pèse le cinéma ou l'audiovisuel français face au géant américain ?

Jean-Pierre Warnier, *La Mondialisation de la culture*, La Découverte, 2008.

Restituer l'essentiel

En vous appuyant sur ce que les documents vous ont appris :

- ▶ définissez la notion de « culture mondiale » ;
- ▶ expliquez le rôle de la mondialisation dans la naissance et la diffusion de cette culture mondiale.

- Reformulez l'idée développée par l'auteur.
- Relevez la phrase qui, selon vous, résume cette idée. Justifiez votre choix.

B. L'affirmation d'identités particulières

Doc. 1 Une définition de la diversité culturelle

La diversité culturelle est d'abord un fait: il existe une grande variété de cultures différentes. La connaissance de cette diversité a été facilitée par la mondialisation des échanges et par une plus grande ouverture des sociétés les unes aux autres. Les migrations internationales sont un facteur important de la dynamique interculturelle. Dans les pays d'accueil, les migrants sont confrontés au défi de concilier un système traditionnel de valeurs, de normes culturelles et de codes sociaux avec les coutumes du pays d'accueil. Parmi les réponses possibles à ce défi, la plupart des immigrants évitent l'assimilation complète ou le rejet pur et simple, et optent pour une adaptation partielle à leur nouvel environnement culturel tout en préservant les liens avec leur culture d'origine, au moyen notamment des relations familiales ou des médias. [...] La mondialisation des échanges internationaux se traduit par l'intégration d'une grande diversité de services et d'expressions multiculturels dans de nombreux pays. Un exemple de ce phénomène est le fait que l'on trouve dans l'ensemble du monde industrialisé une gamme de plus en plus large de restaurants étrangers accueillant aussi bien les populations locales que les immigrants. [...] Les mouvements entre aires géoculturelles supposent inévitablement une traduction, une mutation et une adaptation de la part de la culture réceptrice, et les transferts culturels ne sont généralement pas à sens unique.

D'après l'UNESCO, *Rapport mondial, Investir dans la diversité culturelle et le dialogue interculturel*, 2010.

Relevez les éléments qui expliquent que la mondialisation favorise la diversité culturelle.

Doc. 2 Diversité culturelle et dialogue interculturel



Éditions UNESCO



Rapport mondial de l'UNESCO

Investir dans la diversité culturelle et le dialogue interculturel



Justifiez le choix de ces photographies pour illustrer le rapport mondial de l'UNESCO (doc. 1).

Doc. 3 Billboard Liberation Front



Entouré du plus grand secret, le *Billboard Liberation Front* sort la nuit pour s'attaquer aux panneaux d'affichage des autoroutes californiennes en détournant les messages publicitaires qu'ils exposent. En 2010, à San Francisco, le groupe modifie l'affiche et les slogans McDonald's: le slogan « J'adore ça – Vous avez environ 10 000 papilles, testez les toutes » est transformé en « J'en ai assez – vous avez environ 10 000 papilles, tuez les toutes ».

Décrivez la démarche du *Billboard Liberation Front*.

Doc. 4 Starbucks en Chine



En 2012, l'annonce de l'ouverture d'un café Starbucks près de l'un des plus célèbres temples bouddhistes du sud de la Chine a suscité une importante polémique, notamment sur les réseaux sociaux où était dénoncée l'invasion culturelle de la Chine. Déjà en 2007, le café situé dans la Cité interdite de Pékin avait provoqué le mécontentement de nombreux Chinois, offensés de voir une chaîne occidentale accueillie au sein d'un tel symbole de la nation.

Citez les raisons pour lesquelles l'annonce de l'ouverture, en septembre 2012, d'un café Starbucks en Chine a suscité des polémiques.

Doc. 6 L'éducation, vecteur de la diversité culturelle



Jeune fille autochtone dans une salle de classe du Haut-Orénoque au Venezuela.

- Montrez que cette photographie témoigne de la diversité culturelle.
- Expliquez pourquoi l'UNESCO considère l'éducation comme un vecteur de cette diversité.

Doc. 5 Les langues régionales

Les États membres du Conseil de l'Europe, signataires de la présente Charte [...],

Considérant 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 à développer les traditions et la richesse culturelles de l'Europe,

Considérant que le droit de pratiquer une langue régionale ou minoritaire dans la vie privée et publique constitue un droit imprescriptible, conformément aux principes contenus dans le Pacte international relatif aux droits civils et politiques des Nations unies, et conformément à l'esprit de la Convention de sauvegarde des Droits de l'homme et des Libertés fondamentales du Conseil de l'Europe,

Soulignant la valeur de l'interculturel et du plurilinguisme, et considérant que la protection et l'encouragement des langues régionales ou minoritaires ne devraient pas se faire au détriment des langues officielles et de la nécessité de les apprendre,

Conscients du fait que la protection et la promotion des langues régionales ou minoritaires dans les différents pays et régions d'Europe représentent une contribution importante à la construction d'une Europe fondée sur les principes de la démocratie et de la diversité culturelle,

Sont convenus de ce qui suit. [...]

Charte européenne des langues régionales ou minoritaires, Strasbourg, 2012.

- Indiquez l'objectif de cette charte.
- Relevez les raisons pour lesquelles le Conseil de l'Europe a rédigé cette charte.

Restituer l'essentiel

En vous appuyant sur ce que les documents vous ont appris, présentez les aspects et les limites de l'uniformisation culturelle du monde.

Le cinéma en Asie

L'Asie est devenue l'un des principaux acteurs de l'industrie cinématographique mondiale et elle est de plus en plus présente sur les marchés européen et nord-américain. Si la place grandissante des films coréens et chinois dans les festivals ou le succès des films d'animation japonais témoignent de cette vitalité, le cinéma asiatique peine encore à toucher une audience mondiale.

Clés pour comprendre

Des films

2 783 films produits par les pays asiatiques en 2012 : Inde (1 255), Chine (745), Japon (554), Corée du Sud (229), soit plus du double que les États-Unis et l'Europe réunis.

25 films asiatiques programmés dans les salles françaises sur les 717 films à l'affiche en 2012.

Des recettes

43 % d'augmentation par an (2005-2011) des recettes du marché du film chinois, **2,2 %** pour le marché du film américain.

Un chiffre d'affaires

2,7 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2011 pour le Japon contre **10 milliards** pour les États-Unis.

Doc. 1 L'Asie et le 7^e art

D'un point de vue culturel, l'Asie a toujours semblé à des milliers de kilomètres de l'Europe. À l'heure de la mondialisation, l'écart n'est plus aussi énorme. D'autant que les cinéastes asiatiques s'éloignent du chromo des cerisiers en fleur pour évoquer la réalité qui fâche (ou pas). Soit des sujets proches du public européen. [...]

Certes, l'industrie du 7^e art en Asie est en majorité constituée de films chinois, japonais et sud-coréens, venus de pays dont l'économie est, ou a été, florissante ; ceci expliquant cela. Pour autant, et le cas de l'Inde mis à part, on voit apparaître des œuvres venues d'Asie du Sud-Est. Aujourd'hui, les Philippines produisent 80 films par an. La Thaïlande, 50. Des cinéastes comme Brillante Mendoza, Pen-Ek Ratanarung ou Apichatpong Weerasethakul se font un nom. « Le développement de l'éducation et d'Internet a joué, explique ce dernier. Les gens sont plus au fait de l'histoire et de la politique de leur pays, et des films passionnants sont nés de cette prise de conscience. »

En Chine, où dix nouveaux écrans apparaissent chaque jour, la nouvelle classe moyenne permet au cinéma populaire d'être rentable sur le plan intérieur. Une bonne santé qui bénéficie aux productions indépendantes et plus confidentielles, les pays voisins ayant besoin d'alimenter des chaînes câblées toujours plus nombreuses.

Julien Welter, « Ces clichés sur le cinéma asiatique... », *L'Express*, 6 mars 2012.

Relevez les raisons de la vitalité du cinéma asiatique.



Affiche du film *Dhoom 3*, Inde, 2013.

Doc. 2 Le box-office 2013

Dans le monde	Nationalité	En Inde	Nationalité
1. <i>Iron man</i>	États-Unis	1. <i>Dhoom 3</i>	Inde
2. <i>Moi moche et méchant</i>	États-Unis	2. <i>Kirish 3</i>	Inde
3. <i>Fast and furious</i>	Royaume-Uni	3. <i>Chennai Express</i>	Inde
4. <i>Monstres Academy</i>	États-Unis	4. <i>He Hai Deewani Jawaani</i>	Inde
5. <i>Hunger Games</i>	États-Unis	5. <i>Ramleela</i>	Inde

Lisez ce tableau et formulez trois observations.

Doc. 3 L'Inde et Bollywood

Pourquoi Bollywood bénéficie d'une telle influence culturelle au niveau international hors des cercles de la diaspora? Des spectacles comme Bharati, inspiré de films de Bollywood, ont fait le tour du monde.

D'un côté, ce cinéma ne circule pas beaucoup dans le monde mais en même temps tout le monde sait ce qu'est un film indien. Ils ont un style, une certaine façon de traiter de la réalité. Les Indiens ne voient pratiquement que leurs films. Il est très difficile de pénétrer le marché local. Ils ont exporté une marque à travers ce cinéma. Bollywood c'est un terme que vous utilisez même pour des rencontres, des foires, des festivals qui ne mettent pas en scène le cinéma.

Ils ont développé une identité très forte. C'est vraiment du « soft power ». Avant même que l'Inde ne soit devenue un État émergent, ils avaient déjà un cinéma qui était identifié parce que très particulier.

Entretien avec Monique Dagnaud, sociologue du CNRS et spécialiste des industries culturelles, « Bollywood : 100 ans de cinéma chanté et dansé », TV5 Monde, www.tv5.org, 1^{er} mai 2013.



Devdas, réalisé par S. L. Bhansali, avec Aishwarya Rai, 2002.

- Expliquez pourquoi il est étonnant que le cinéma indien bénéficie d'une importante influence.
- Citez les raisons pour lesquelles ce cinéma est connu dans le monde entier.

Doc. 4 L'asiatisation du cinéma américain

C'est vers les années 1980 que le cinéma américain commence tout doucement à évoluer et à se tourner vers le cinéma hongkongais. John Silver, un des plus grands producteurs américains contemporains, produit des films dans lesquels les combats sont inspirés du cinéma de Hong Kong. Le symbole de cette mutation est l'émergence d'acteurs qui construisent leur personnage autour d'arts martiaux.

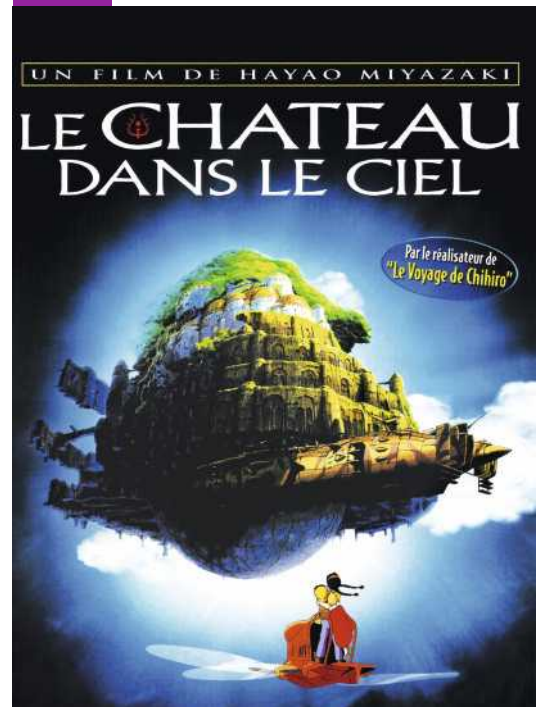
Certains réalisateurs, à l'instar de John Sturges, Sergio Leone ou Steven Spielberg qui, dans les années 1960 et 1970, réalisent des adaptations ou des œuvres fortement inspirées du cinéma japonais, admirent et utilisent le cinéma de Hong Kong. Quentin Tarantino est celui qui incarne le mieux cet hommage. Dans ses films, il intègre ainsi la façon de concevoir un échange de coups de feu à la manière des polars hongkongais. Tous les clichés du réalisateur hongkongais John Woo sont présents, une arme dans chaque main, des munitions inépuisables. Avec *Kill Bill* (2003), il fait revivre les films de kung fu des années 1970.

Ces dernières années sont marquées par de profonds changements dans les relations entre les cinémas américain et hongkongais. Les acteurs et cinéastes de Hong Kong sont fortement plébiscités à Hollywood. Seulement, l'accès au rêve américain passe par une certaine soumission, inéluctable, à ses règles. Phénomène encore plus regrettable, Hollywood s'est accaparé une partie du cinéma de Hong Kong, y voyant un excellent moyen de rentabiliser et redynamiser son industrie.

D'après Yann Jegodtka, *Histoire du cinéma de Hong Kong*, Mon Petit Éditeur, 2013.

Justifiez le titre de ce document en vous appuyant sur des éléments précis du texte.

Doc. 5 Les films du Studio Ghibli



Peu visible en dehors de ses frontières, le cinéma japonais tend depuis 10 ans à s'exporter davantage, notamment grâce à ses films d'animations, tels les *animes* du Studio Ghibli.

Caractérissez le cinéma japonais qui s'exporte à l'étranger.

Restituer l'essentiel

À l'aide des documents, montrez que le cinéma asiatique a une dimension mondiale mais qu'il garde des spécificités culturelles.

Géographie des goûts alimentaires

Si l'alimentation a d'abord été basée sur les plantes cultivées localement, elle s'est diversifiée grâce à la circulation de nombreux produits. Ainsi, beaucoup d'aliments caractéristiques des cuisines locales sont à l'origine des produits importés. Aujourd'hui, sous l'influence des firmes agro-alimentaires et des chaînes de restauration, une uniformisation des goûts s'est amorcée.

Clés pour comprendre

Des régimes alimentaires différents

Consommation de riz (hab./an) :

- Europe et Amérique du Nord : moins de 10 kg.
- Afrique et Amérique latine : entre 40 et 60 kg.
- En Asie : entre 120 et 1 709 kg.

Consommation de fromage (hab./an) :

- Europe et Amérique du Nord : entre 14 et 17 kg.
- Afrique équatoriale : 4 kg.
- Asie : entre 0,3 kg et 2 kg.

Un produit standardisé : le hamburger

58 hamburgers vendus chaque seconde dans le monde, soit 1,85 milliard par an.

706 clients entrent dans un McDonald's toutes les secondes, soit plus de 22 milliards par an.

77 pays (sur 195) dans lesquels McDonald's n'est pas implanté.

Doc. 1 Vente de produits alimentaires au Ghana (Afrique de l'Ouest)



a. Supermarché à Accra



b. Marché de Chorkkor à Accra

- Comparez ces deux photographies.
- Montrez qu'elles illustrent à la fois l'uniformisation des goûts et la persistance de spécificités alimentaires.

Doc. 2 Les régimes alimentaires

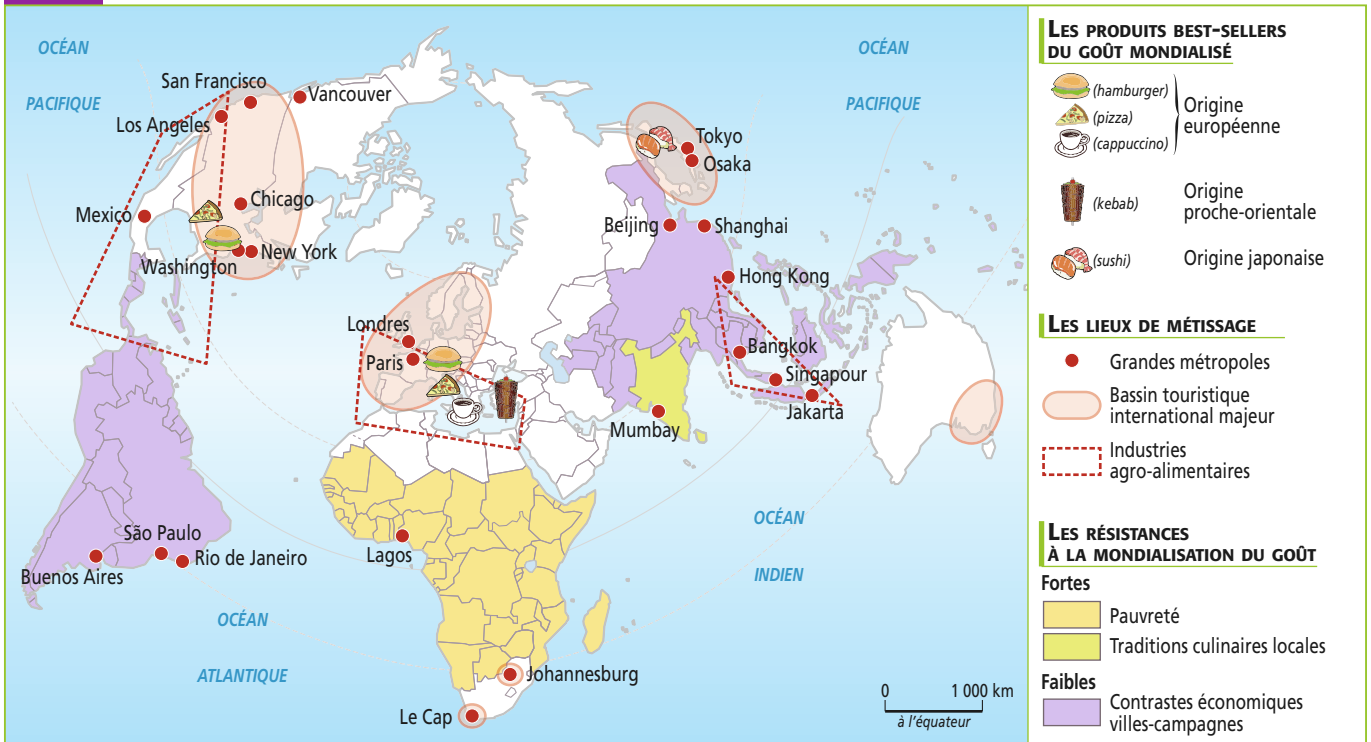
Les régimes alimentaires varient largement dans le monde et ont évolué au cours des millénaires, principalement influencés par des facteurs liés à l'environnement comme le climat et l'écologie. Les facteurs sociaux jouent aussi un rôle important : le régime dépend du groupe social. La situation économique, le développement des technologies et les possibilités commerciales contribuent également à influencer le régime alimentaire. Alors que beaucoup de régimes traditionnels dans les pays en voie de développement sont dominés par un seul aliment de base, ce n'est plus le cas depuis longtemps dans les sociétés industrialisées, où la variété de la nourriture vendue n'a jamais été si grande. [...]

Bien qu'une pénurie de produits alimentaires de base frappe toujours certains secteurs de la population dans de nombreux pays, l'expansion du commerce alimentaire, l'amélioration des communications mondiales et la pénétration des nouveaux marchés par des sociétés alimentaires influent aujourd'hui sur le régime. Une « alimentation de transition » s'instaure parmi les populations urbaines de nombreux pays en voie de développement.

Erik Millstone et alii, *Atlas de l'alimentation dans le monde*, Autrement, 2003.

- Relevez les facteurs qui influencent les régimes alimentaires.
- Parmi ces facteurs, sélectionnez-en un qui permet de comprendre chacune des photographies et expliquez votre choix.

Doc. 3 La mondialisation du goût



- Justifiez le choix du titre donné à cette carte.
- Indiquez quelles sont les limites à la mondialisation du goût.

Doc. 4 Les régimes alimentaires

Dans le système alimentaire mondial, toutes les saveurs circulent, sont réinterprétées par les cultures locales qui empruntent ce dont elles ont besoin et s'intègrent dans les systèmes de goûts existants. Avec les technologies de conservation (froid, emballages sous vide avec nouveaux matériaux), l'offre alimentaire s'est considérablement étendue dans les pays riches où la distribution a ouvert des rayons « exotiques » qui sont le relais des restaurants, de plus en plus nombreux à offrir une restauration nouvelle et changeante.

De fait, l'alimentation agit comme un prisme grossissant sur nos tables et dans nos verres des processus d'intégration des goûts et des saveurs étrangers à nos propres cultures. Partout le brassage est indéniable mais il n'a pas le même sens ni la même puissance selon les régions du monde et les sociétés qui les pratiquent ou les subissent. Une nourriture choisie ne saurait être interprétée de la même manière qu'une nourriture imposée par le besoin et les nécessités. Les résistances à une mondialisation qui serait inéluctable sont grandes parce que les deux milliards de « pauvres » n'ont pas le choix de ce qu'ils mangent.

Gilles Fumey, « La mondialisation de l'alimentation », *L'Information géographique*, vol. 71, 2007.

- Expliquez la première phrase du second paragraphe.
- Ce texte reprend certaines informations cartographiées dans le doc. 3. Citez-en deux.

Doc. 5 Cuisines du restaurant Esquina à Singapour



Le chef anglais Jason Atherton a ouvert de nombreux restaurants à travers le monde. Ici, à Singapour, l'Esquina propose une cuisine espagnole.

Dégagez l'idée illustrée par ce document.

Restituer l'essentiel

À l'aide des documents, montrez que la géographie des goûts alimentaires illustre le processus de mondialisation et ses limites.

L'émergence d'une culture mondiale

Notions

Culture : ensemble des coutumes, des usages et des croyances qui définissent les rapports entre les hommes et leur territoire.

Culture mondiale : ensemble de valeurs, de comportements et de modes de consommation diffusés dans le monde entier.

Firme transnationale : entreprise d'envergure mondiale qui possède des filiales dans plusieurs pays.

Métissage culturel : mélange d'influences culturelles (artistiques, alimentaires...).

Acculturation : fait pour une culture nouvelle de supplanter peu à peu les cultures traditionnelles.

- > Doc. p. 90-91
- > Situations 1 et 2 p. 94 et 96
- > * Lexique p. 158

■ La mondialisation et la multiplication des échanges ainsi que l'essor des réseaux de communication et d'information favorisent l'émergence d'une culture mondiale uniformisée. Aujourd'hui, à travers le monde et notamment dans les grandes villes, les personnes suivent les mêmes codes vestimentaires, consomment les mêmes produits culturels et adoptent des habitudes de consommation identiques. Les firmes transnationales, en diffusant leurs produits, jouent un rôle essentiel dans ce processus d'uniformisation des modes de vie et de consommation. Ces grands groupes, essentiellement originaires des pays du Nord, tels que Starbucks, McDonald's ou encore Nike, ont ainsi diffusé un modèle culturel qui a peu à peu gagné l'ensemble des continents.

■ Si cette culture mondiale est fortement marquée par l'influence américaine, on assiste aujourd'hui à l'émergence de produits provenant d'Europe, du Japon ou de pays émergents : consoles de jeux ou mangas japonais, films de Bollywood, émissions télévisées d'Al Jazeera... En outre, cette culture mondiale intègre des singularités locales. En effet, l'augmentation des flux – migrations internationales, NTIC*, diasporas* – favorise les contacts entre les cultures et génère un véritable métissage culturel. Les grandes métropoles, où vivent de nombreux migrants, sont les lieux privilégiés de ce brassage des cultures, parfois accusé de provoquer l'acculturation des populations.



Vérifier sa compréhension de la leçon

Retrouvez les points de la leçon illustrés par ces documents.



1. Une yourte en Mongolie.

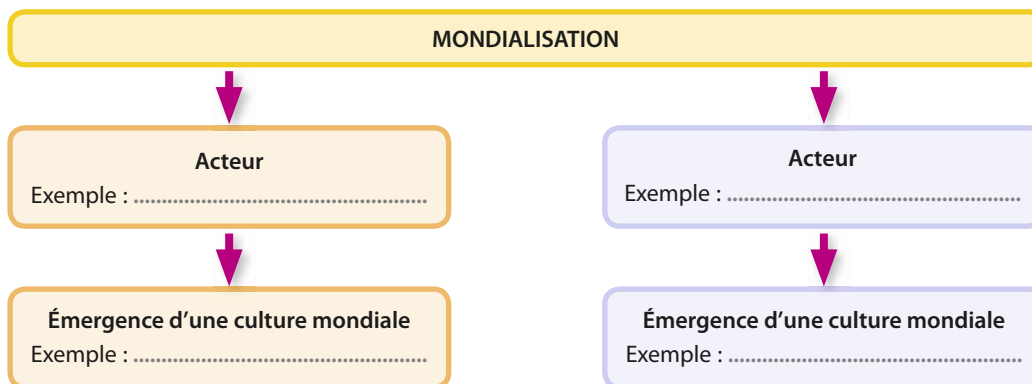


2. Dessin de Chappatte sur les Jeux olympiques de Turin, 2006.



Organiser ses connaissances à l'aide d'un schéma

Reproduisez puis complétez le schéma avec les éléments de la leçon.



La persistance des diversités culturelles

Notions

Aire de civilisation :
étendue géographique unifiée par des traits culturels communs.

Appartenance identitaire :
sentiment que l'on a de faire partie d'un groupe ou d'une société et de partager l'identité de ses membres.

Diversité culturelle :
coexistence de pratiques culturelles différentes à l'intérieur d'une même société ou à travers le monde.

- > Doc. p. 92-93
- > Situations 1 et 2 p. 94 et 96
- > * Lexique p. 158

■ **Malgré l'émergence d'une culture mondiale, le monde est toujours caractérisé par une pluralité des civilisations.** Construites au fil des millénaires, les grandes **aires de civilisation** rassemblent, par-delà les frontières des États, des populations aux modes de vie, aux valeurs et aux croyances communes. Loin d'uniformiser le monde, la mondialisation suscite la **mise en avant d'identités et de cultures particulières**, notamment dans les pays émergents*. L'exemple du cinéma indien illustre cette tendance. L'affirmation de ces **appartenances identitaires** se traduit par le désir de **conserver ou de restaurer les cultures traditionnelles**. La promotion des langues régionales ou encore la reconnaissance par des labels des savoir-faire régionaux favorisent la persistance des cultures locales.

■ **Les organisations internationales et les États militent pour préserver, voire renforcer la diversité culturelle.** En 2005, l'UNESCO* adopte une **convention pour la protection et la promotion de l'expression des diversités culturelles**, promouvant ainsi le respect et le dialogue entre les sociétés, gages de paix. Toutefois, la préservation de cette diversité s'accompagne parfois de **revendications identitaires**. Si certaines condamnent de façon radicale l'occidentalisation de la culture et sont source de tension, d'autres aboutissent à des tentations séparatistes ou autonomistes (nationalistes flamands qui demandent la création d'un État flamand).



Vérifier sa compréhension de la leçon

Retrouvez les points de la leçon illustrés par ces documents.

1. Aujourd'hui, les Étatsuniens hispanophones sont la principale minorité des États-Unis. Composez le numéro de n'importe quel service d'assistance téléphonique et vous entendrez le message : « Appuyez sur la touche 1 pour poursuivre en anglais. Oprima el 2 para continuar en español [Appuyez sur la touche 2 pour continuer en espagnol.] » Cela ne doit pas étonner : dans beaucoup de domaines de la vie américaine, il est possible de se débrouiller en parlant uniquement espagnol.
« La Révolution est en marche », *Courrier international*, n° 940, 7 novembre 2008.

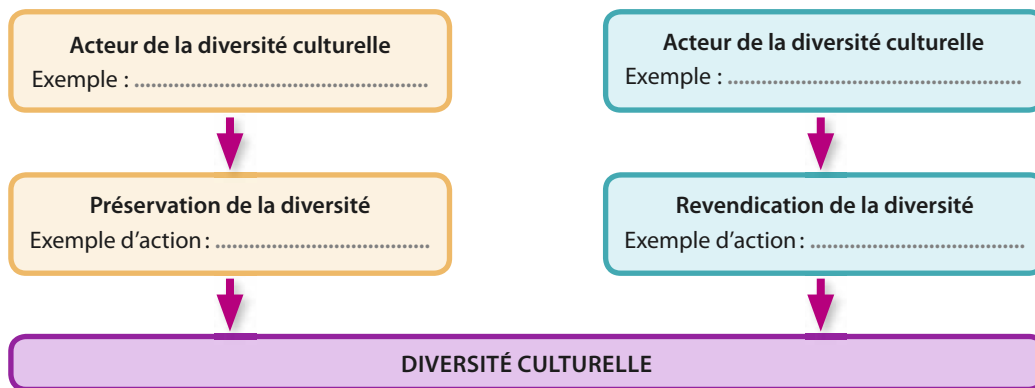


2. Festival de danse aborigène en Australie, 2011.



Organiser ses connaissances à l'aide d'un schéma

Reproduisez puis complétez le schéma avec les éléments de la leçon.



Évaluer ses connaissances sur le sujet d'étude

Les idées essentielles

Répondez en quelques phrases aux questions suivantes.

- Quels éléments permettent de définir la « culture mondiale » ?
- Quel est le rôle des nouvelles technologies dans la mondialisation de la culture ?
- Comment s'exprime la diversité culturelle à l'échelle mondiale ?
- Comment se manifestent les résistances à la mondialisation culturelle ?

Illustrez chacune des affirmations suivantes par un exemple.

- Les FTN diffusent le modèle des pays riches dans le monde entier.
- Les migrations de population favorisent le métissage culturel.
- L'uniformisation culturelle du monde ne conduit pas à la disparition de la diversité culturelle.
- Des mesures sont prises pour préserver la diversité culturelle.

Les notions clés

Retrouvez la notion qui se trouve derrière chacune de ces définitions.

- Espace géographique qui se caractérise par des traits culturels communs.
- Mélange d'influences de différentes origines géographiques ou sociales.
- Processus d'uniformisation culturelle favorisée par l'utilisation des nouvelles technologies, l'usage de l'anglais et la diffusion de produits culturels visant un public mondial.
- Sentiment de faire partie d'un groupe ou d'une société.

Les acteurs

Associez chaque acteur de la mondialisation culturelle à son rôle.

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. UNESCO | a. Mettre en contact des cultures différentes. |
| 2. FTN | b. Diffuser rapidement des produits culturels, à l'échelle de la planète. |
| 3. Flux migratoires | c. Produire, vendre et diffuser des produits alimentaires ou culturels standardisés. |
| 4. Nouvelles technologies | d. Garantir et protéger la diversité culturelle des populations du monde. |

Les faits

Identifiez les points du sujet d'étude illustrés par chaque document. Justifiez votre choix.



1. Un magasin IKEA à Shanghai.



2. Un temple dans le sud-ouest de la Chine, pendant les célébrations du Nouvel an chinois.

Répondre à des questions de connaissance

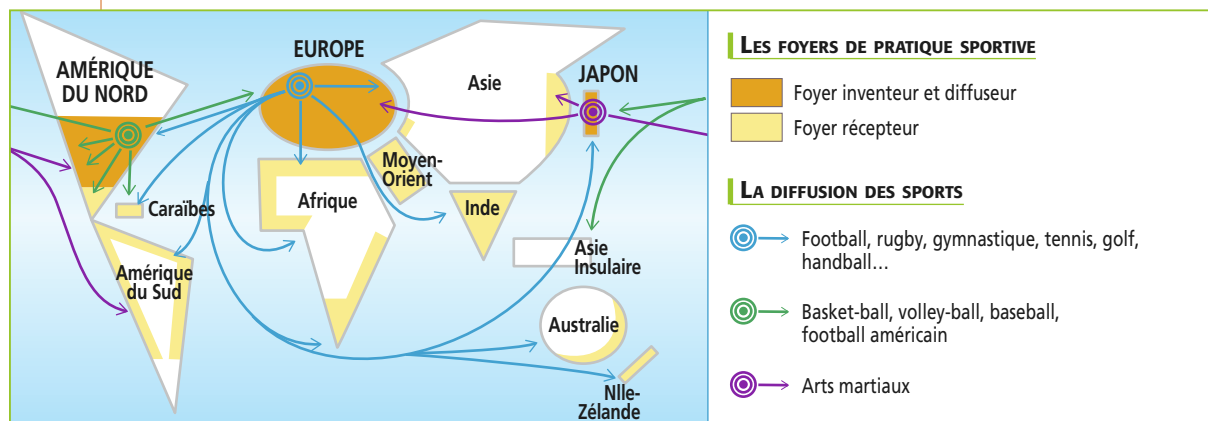
→ Mettre en œuvre les capacités et les connaissances du programme de géographie

► Sujet d'étude

● Mondialisation et diversité culturelle

En vous appuyant sur le document, répondez aux questions suivantes.

1. Identifiez le thème de cette carte.
2. Citez les pôles émetteurs des pratiques sportives.
3. Expliquez pourquoi la diffusion mondiale de ces pratiques favorise une uniformisation culturelle.
4. Montrez, à travers l'exemple des pratiques sportives, que cette uniformisation culturelle a des limites.



Coup de pouce pour répondre

1. et 2. « Identifier », « Citer », c'est relever des informations fournies par le document (ici une carte) et les recopier. Pour cela, lisez le **titre** et la **légende** de la carte.
3. « Expliquer pourquoi », c'est donner les causes d'une situation. Ici, pourquoi la diffusion des pratiques sportives est-elle une des raisons de l'uniformisation culturelle ?
4. « Montrer », c'est donner la preuve « que l'uniformisation culturelle a des limites » en s'appuyant sur les informations fournies par la carte.

► Situation 1

● Le cinéma en Asie

Parmi les trois affirmations suivantes, choisissez celle qui vous semble pertinente, puis justifiez votre choix en donnant des exemples.

- A. Le cinéma asiatique est un cinéma très populaire. Comme le cinéma américain, il attire un public très nombreux dans les pays du monde entier.
- B. Aujourd'hui, l'Inde est devenue un acteur majeur du cinéma mondial, tant par le nombre de spectateurs que par la richesse de sa production.
- C. Le cinéma asiatique est très fortement ancré dans les cultures nationales et résiste à toute influence occidentale, et inversement.

► Situation 2

● Géographie des goûts alimentaires

En vous appuyant sur des exemples, montrez que les goûts alimentaires relèvent d'une culture mondiale et de traditions culturelles.



Coup de pouce pour répondre

- Définissez les expressions « culture mondiale » et « traditions culturelles ».
- Donnez des exemples d'aliments, de plats ou d'habitudes de consommation qui illustrent ces deux caractéristiques.

Répondre à des questions à partir d'un support documentaire

→ Exploiter un document pour analyser une situation géographique

Doc. 1 Wanda et le cinéma mondial

Le groupe chinois Wanda est devenu lundi 21 mai le premier propriétaire mondial de cinémas en acquérant le spécialiste des multiplex aux États-Unis AMC (American Multi-Cinema). Avec ce rachat, la Chine effectue une percée inédite au pays d'Hollywood tout en espérant rehausser son influence culturelle, ainsi que le souhaitent officiellement ses dirigeants communistes.

Wanda, qui possède et gère de nombreux cinémas, hôtels de luxe et commerces en Chine, a assuré qu'il serait dorénavant un acteur « réellement mondial » grâce à cette transaction de 2,6 milliards de dollars. « Il s'agit ici de financements chinois susceptibles d'ouvrir l'accès à un marché du 7^e Art, celui d'Amérique du Nord », a expliqué à l'Agence France Presse Teng Jimeng, expert en cinéma à l'Université d'études étrangères de Pékin. [...]

Wanda, un conglomérat¹ privé qui enregistre un chiffre d'affaires annuel de 16,7 milliards de dollars, possède déjà

86 multiplex et 730 écrans en Chine. Le groupe a profité de l'explosion des recettes du box-office en Chine où l'industrie cinématographique est en pleine effervescence. L'essor de l'exploitation cinématographique en Chine est soutenu par la croissance rapide de la classe moyenne, qui apprécie les sorties le weekend dans les nouveaux centres commerciaux où sont installés les multiplex.

AMC gère de son côté un empire de 346 multiplex en Amérique du Nord, qui totalise plus de 5 000 écrans, dont 2 336 écrans 3D et 128 dômes IMAX. Environ 200 millions de spectateurs ont vu un film dans une des salles d'AMC en 2011.

La Chine protège son industrie cinématographique en limitant à 20 par an, un nombre dérisoire, le nombre de films étrangers distribués sur son territoire. Mais selon M. Teng, l'achat d'AMC par Wanda pourrait faire bouger les choses. « AMC pourra utiliser Wanda pour pénétrer l'immense marché chinois, avec des films américains », estime-t-il.

1. Grandes entreprises dont les activités sont fortement diversifiées, constituées souvent par acquisition d'entreprises n'ayant pas de liens entre elles.

Bill Savadove (AFP Pékin), www.afp.com, 21 mai 2012.

1 Expliquez pourquoi l'information que communique cette dépêche AFP est importante.

▶ Extraits du doc.



- Identifiez ce dont parle le texte et ce qu'il en dit.
- Mettez en relation ces différents éléments et construisez une phrase qui résume ces points.
- Rédigez une seconde phrase en expliquant l'intérêt de cette information.



Votre réponse : « Cette dépêche AFP nous apprend que ... Cette information est importante parce que ... (donner les raisons qui permettent d'en comprendre l'importance). »

2 Décrivez et caractérisez l'activité du groupe chinois Wanda.

▶ Extraits du doc.



- Identifiez les passages du texte qui fournissent des informations sur ce groupe chinois.
- Résumez-les afin de mettre en évidence les principaux traits de cette entreprise chinoise.



Votre réponse : « Le groupe Wanda est une entreprise très importante parce qu'elle ... (1^{er} élément qui montre sa puissance). De plus, elle ... (2^e élément). Enfin, elle ... (3^e élément). »

3 Montrez que Wanda est un acteur de la mondialisation culturelle.

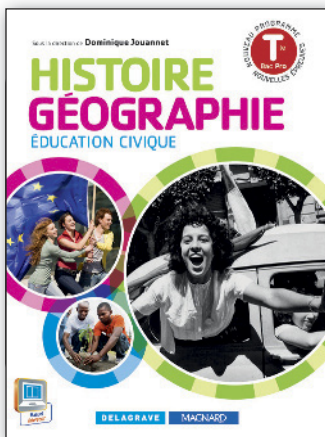
▶ Extraits du doc.



- Mobilisez vos connaissances pour définir les expressions « **mondialisation culturelle** » et « **acteur de la mondialisation** ».
- Sélectionnez dans le texte les informations qui montrent que l'activité du groupe participe à la mondialisation culturelle.



Votre réponse : « La mondialisation culturelle désigne ... (définition). Le groupe Wanda en est l'un des acteurs parce que ... (expliquer ce qui dans son activité contribue à la mondialisation culturelle). »



Dans la même collection

Le manuel de Terminale BAC PRO,
conçu pour le nouveau programme,
prépare aux nouvelles épreuves
du bac professionnel.

PACK ENSEIGNANT

4 avantages Prescripteur

1

Manuel vidéoprojetable

Gratuit

2

Livre du professeur

à télécharger ou à demander en version papier*

Gratuit

3

Ressources complémentaires :
synthèses modifiables

Gratuit

4

Manuel **interactif** personnalisable

Test jusqu'au
31/12/2014

*Dans la limite des stocks disponibles

À découvrir sur



www.editions-delagrave.fr/site/400099

SPECIMEN ENSEIGNANT
Commercialisation interdite



9 782206 400259

Pour commander la version élève,
veuillez utiliser ce code :
978-2-206-40009-9

DELAGRAVE

MAGNARD