

## Transcription

### La mondialisation culturelle

Voici Thomas : Il est étudiant à Paris, Et Yoko, elle est étudiante à Tokyo. A Paris, comme à Tokyo, on danse sur la même musique. C'est ça la mondialisation.

Mais cela n'empêche pas de garder ses préférences. Café pour l'un, thé vert pour l'autre. Pour le petit-déjeuner, c'est chacun selon ses goûts.

Le jean américain, pratique, confortable, est à la mode partout dans le monde. C'est aussi ça la Mondialisation. Pas de temps à perdre, en route pour la fac.

Dernière journée de cours pour Yoko, demain, départ pour Paris. Longue journée pour Thomas aussi. Pour décompresser, rien de tel qu'un coca bien frais : la boisson favorite des jeunes du monde entier : encore la mondialisation !

Après une si longue journée, une pause DVD est bien méritée. Mais sans mondialisation, pas de DVD au Japon, et pas de lecteur DVD en France.

La marche de l'empereur, film documentaire réalisé par Luc Jacquier a été distribué dans le monde entier en 2005. Son succès a été planétaire, rassemblant plus de 16 millions de spectateurs à l'étranger dont près de 13 millions aux Etats-Unis pour une recette de 77 millions d'Euros. La marche de l'empereur est devenue la production française rencontrant le plus de succès aux Etats-Unis : réussite mondiale couronnée par un grand nombre de distinctions internationales dont l'oscar du meilleur film documentaire, ce qui montre l'attrait à l'étranger pour les produits culturels français qui voyagent grâce à la mondialisation.

Lecteurs et DVD pour chacun, même film pour les deux, aujourd'hui, la mondialisation n'est pas que marchande, elle est aussi culturelle.

Internet, vecteur de la mondialisation a aboli les distances et il est maintenant facile pour Thomas de chatter avec tous ses amis du monde entier.

Les effets positifs, c'est les i-pod, ça se trouve partout sur la terre. C'est les jeans, partout sur la terre. C'est le coca-cola, ça se trouve partout sur la terre, donc, tout ça, d'un certain point de vue, c'est bon pour le consommateur, mais il faut aussi penser que dans des pays, notamment ceux qui sont en voie de développement, les plus pauvres, ne s'insèrent pas si facilement dans ce jeu, et il faut des règles, qui en quelque sorte, permettent aux plus faibles d'en profiter aussi.

