

Notice pdf - Une contre-mondialisation audiovisuelle

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Une contre-mondialisation audiovisuelle : ou comment la France exporte la diversité culturelle / Romain Lecler

Auteur(s) : Lecler, Romain (1982-....)

Publication : Paris : Sorbonne Université Presses

Description matérielle : 1 vol. (308 p.) : ill. en noir et en coul., graph., carte, couv. ill. en coul. ; 24 cm

Collection : L'intelligence du social Sociologie économique

ISBN : 979-10-231-0645-9

EAN : 9791023106459

Appartient à la collection : L'Intelligence du social. Sociologie économique 2677-5077

Autre variante du titre : [Comment la France exporte la diversité culturelle.]

Classification décimale Dewey : 354.750 944

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. en fin de chapitres. Notes bibliogr.

Résumé ou extrait : La réussite de CNN International, le succès financier croissant des blockbusters d'Hollywood à l'étranger ou la diffusion des séries américaines sur les télévisions du monde entier : ces phénomènes ont incité à parler, dès les années 1980, d'une mondialisation audiovisuelle. Celle-ci est sans conteste dominée par les entreprises américaines. Mais des diplomates français ont réagi et mené très tôt une politique de "contre-mondialisation" audiovisuelle qui perdure jusqu'à aujourd'hui. Plusieurs chaînes de télévision transnationales, à commencer par TV5 en 1984, ont alors vu le jour. Une cinquantaine de spécialistes de la télévision et du cinéma sont apparus dans les ambassades françaises — expérience qu'aucun autre pays étranger n'a imitée. Le soutien aux exportations de cinéma et de télévision a aussi permis de mobiliser durablement les professionnels français de l'audiovisuel. Face à la domination américaine, cette politique de contre-mondialisation a misé sur la diplomatie de la diversité culturelle plutôt que sur le box-office international. Elle s'est tournée vers d'autres pays dominés dans la mondialisation audiovisuelle, comme les pays francophones, associés à TV5, ou les pays dits "du Sud", dont les cinéastes sont accompagnés, par les professionnels français, du scénario jusqu'aux salles d'art et

d'essai, en passant par le Festival de Cannes. Asghar Farhadi, Abderrahmane Sissako, Jia Zhangke, Rithy Panh, incarnent, avec bien d'autres, un "cinéma du monde" qui puise ses racines en France. Menée sur quatre continents, cheminant des bureaux du ministère des Affaires étrangères jusqu'aux marchés audiovisuels cannois, cette enquête s'appuie sur plusieurs dizaines d'entretiens avec des diplomates, des dirigeants de chaînes et des exportateurs de cinéma et de télévision. Elle raconte l'invention de cette politique française originale et méconnue, au moment même où sa pérennité semble menacée par Netflix et les géants du numérique.

Sujet - Nom commun : Télévision et mondialisation -- 1970-....

Politique culturelle -- France -- 1970-....

Médias audiovisuels -- Politique publique -- France -- 1990-2020

Médias audiovisuels -- Exportations -- France -- 1990-2020

Médias audiovisuels -- 1970-....

Relations internationales et culture -- France -- 1990-2020