

Levezon sevenadur SUA er bed

2 Le «soft power»

«Réunissez quelques gamins – des enfants originaires de Suède, d’Allemagne, de Russie, d’Argentine, du Japon, d’Israël et du Liban: ils porteraient tous des jeans et des casquettes de base-ball. Comment communiqueraient-ils? Dans un anglais plus ou moins compréhensible, parsemé d’expressions américaines. Et de quoi parleraient-ils? Du dernier jeu vidéo créé aux États-Unis, des tubes américains qui font partie des *top-ten*, de la série télévisée d’animation South Park ou de la plus récente super-production d’Hollywood, à moins qu’ils ne débattent des mérites respectifs des systèmes d’exploitation Windows et Mac OS. Que du *made in USA*: si une civilisation globale existe, elle est américaine – ce qui n’était pas le cas il y a vingt ou trente ans. Ce n’est pas seulement une question de culture populaire, c’est McDonald’s et Microsoft, Madonna et le MoMA (Musée d’Art moderne de New-York), Hollywood et Harvard.»

D’après JOSEPH JOFFE, *Hyperpuissance*, pour la traduction française © Odile Jacob, 2007.

Doare levezon	Skouer roet en diell	Skouerioù all
<i>Dilhad</i>		
	<i>Saozneg</i>	
<i>C'hoari video</i>		
		<i>Blues</i>
	<i>South park</i>	
<i>Sinema</i>		
		<i>IBM</i>
<i>Boued</i>		
		<i>Pop art</i>
		<i>Colombia</i>