Copie anonyme - n°anonymat : 404971

P1-00396 404971 Hist BL

Code épreuve : 279 | Nombre de pages : 8 | Session : 2025

Épreuve de : Histoire.

Consignes
- Remplir soigneusement l'en-tête de chaque feuille avant de commencer à composer
- Rédiger avec un stylo non effaçable bleu ou noir
- Ne rien écrire dans les marges (gauche et droite)
- Numéroter chaque page (cadre en bas à droite)
- Placer les feuilles A3 ouvertes, dans le même sens et dans l'ordre

Dans son discours A city upon a hill de 1631, Winthrop pense la future colonie comme exemplaire des relations que les hommes devraient avoir avec Dieu, dans le cadre du "puritan covenant". C'est sur cette base que se pense "l'exceptionnalisme" de la société américaine, fondée sur une supériorité de valeur appelée à inspirer le monde. Selon la doctrine du "no foreign entanglement", définie par Washington en 1796, ce modèle ne s'impose pas directement en Europe, des sphères d'influence sont reconnues. ~~Et~~ La diffusion du modèle américain n'est, pour longtemps, pas la visée d'une stratégie ouverte en Europe. Le XXe siècle semble pourtant incarner un changement dans cette conception et marquer l'ancrage du "modèle américain" en Europe.

En 1918, ~~la fin~~ l'expérience de la Grande Guerre altère l'isolationnisme américain, alors que le pays s'impose comme première puissance mondiale, notamment d'un point de vue économique. Le "modèle américain" ne peut être défini de la même manière qu'après 1945 et dans le cadre de la guerre froide. En l'occurence, il s'agit de la diffusion, par les voies commerciales d'accords cherchant à abaisser les barrières tarifaires pour garantir la paix, des ~~exp~~ productions économiques et culturelles américaines. En dehors de la recherche de débouchés, celles-ci ne sont pas pensées comme une stratégie de guerre et sont perçues par l'Europe plus qu'elles ne sont imposées. En revanche, ~~à la sortie de la seconde guerre mondiale et~~ avec le début de la guerre froide le "modèle américain" gagne une définition tangible en tant qu'instrument de lutte contre le bloc communiste. Il est pensé comme un ensemble solidaires de pratiques de consommation et

de productions et de pratiques culturelles. Elles forment le support de l'"American way of life" et donnent corps au libéralisme américain opposé au communisme. Sa diffusion en Europe reflète les logiques de la Guerre Froide. Pour autant, si ce modèle transforme effectivement l'Europe, les changements qui s'opère sont modulés localement, sont l'objet de réappropriation. Si à la fin de la période, le modèle américain triomphe du modèle communiste, il demeure que cette victoire est venue du fait de sa plasticité.

Ainsi, en s'écartant d'un modèle diffusionniste simple, on peut s'interroger sur les modalités de la réappropriation du modèle américain par les sociétés européennes entre 1918 et 1990.

De 1918 jusqu'à 1945, le modèle américain ne fait pas l'objet d'une exportation, il inspire plus que ce qu'il n'est diffusé. De 1945 à 1990 en revanche, le modèle américain triomphe dans le cadre de la guerre froide, par l'avènement d'une société de consommation européenne.

De 1918 à 1945, on assiste à l'élaboration du modèle américain tel qu'il sera popularisé à la sortie de la guerre, fondé sur une nouvelle organisation du travail et le développement d'industries culturelles.

Sur la période, le "modèle américain" se fonde ainsi sur le développement industriel promu par les politiques commerciales du gouvernement. En 1918, Wilson établit que la paix américaine ne peut plus être réalisée par les voies de l'isolationnisme. La paix mondiale ne peut être achevée que par ~~les voies~~ des relations commerciales unissant les nations. Ainsi la paix soutenue par Wilson implique directement les démocraties industrielles européennes. Il souhaite en effet abaisser les barrières tarifaires et passer des accords de libre échange. Pour autant, le protectionnisme américain demeure particulièrement fort, notamment chez les Républicains, mais aussi en Europe. L'instauration des tarifs Hawley-Smoot ou Fordney-Mccumber en témoignent, tout comme le

l'établissement des barrières protectionnistes en Europe peu remédier à la crise de 1929. Ainsi, la diffusion du modèle américain par ses productions est limitée. Pour autant, les associations entre le gouvernement et les industries mises en place par Wilson durant la guerre subsistent et accélèrent le développement du modèle fordiste. Le modèle social du "welfare capitalism" avec ~~le démarche du~~ "5$ a day" accroît l'équipement des Américains en simplifiant l'accès au crédit et en baissant les prix des biens d'équipement. La Ford-T est exemplaire de ce modèle de production. C'est ainsi que se forme ~~à la~~ dans l'après-crise de 1929 un consensus à la source du modèle américain. Dans le discours des 4 libertés, Roosevelt associe la définition libérale ~~et politiq~~ des libertés fondamentales américaines à l'accès aux biens produits par ce nouveau modèle industriel. Ainsi, le gouvernement favorise les productions américaines pour profiter des débouchés européens (modulation du Sherman Act pour les entreprises menacées par des cartels européens), ~~sans peur~~ mais cette diffusion n'est que l'objet d'une politique commerciale, et est donc minorée par les attitudes protectionnistes.

Dès lors, le modèle américain se diffuse avant tout comme mode d'organisation de la production. Les barrières tarifaires limitent en effet la diffusion des produits américains. Les pratiques de consommation fondées sur le crédit ne sont pas adoptées en Europe où subsiste un ethos bourgeois de l'épargne, qui disqualifie l'achat à crédit comme une pratique réservée aux pauvres. Le modèle fordiste ~~ne~~ et le "welfare capitalism" n'ont donc pas d'écho en Europe. En revanche, l'organisation du travail industriel s'inspire des méthodes américaines. La rationnalisation du travail est importée avec le taylorisme et transforme progressivement ~~le produ~~ l'organisation de la production américaine. La chaîne de montage est incorporée et ~~une~~ de nouvelles classe de travailleurs apparaissent à l'usine : l'ingénieur. ~~De même~~ ou le chronométreur. ~~En France~~, Du point de vue de la consommation, la pénétration des produits américains est limitée. Pour autant, l'organisation de la distribution s'inspire des chaînes de magasins américains uniformisant les prix. En France, des enseignes comme Prisunic ou Prix-Bas sont fondées en 1928. Cependant, ces formes de commerce sont craintes par les

commerces français qui obtiennent leur suspension. En 1930, une loi est votée pour geler la création de ces nouvelles ~~enseignes~~, alors qu'on en compte seulement une centaine. Les modes de consommation européen et l'organisation de la distribution existent donc au modèle américain. L'implantation de ce dernier n'a lieu que partiellement dans l'organisation du travail.

Culturellement, l'Europe témoigne d'une ~~existence~~ indépendance culturelle forte. La domination américaine ne s'exprime véritablement que dans un seul domaine : le cinéma. La naissance d'Hollywood dote les Etats-Unis d'une industrie culturelle de premier plan qui fournit 80% des films projetés en Europe en 1935. Bien que la France protège ses industries nationales comme Pathé, la pénétration du cinéma américain est importante. La jeunesse de l'entre-deux-guerres est fascinée par les ~~grands~~ acteurs américains comme Rudolf Valentino ou Louise Brooks. Cette pénétration est cependant publiquement condamnée. Dans Scènes de la vie future, Duhamel qualifie le cinéma américain de "roulement d'images", dénonçant l'uniformisation véhiculée par les productions culturelles (le Hays Code de 1934 codifie sévèrement ~~le cinéma américain~~) ~~standardisés~~ et les biens de consommation standardisés. Les publics américains et européens ont des préférences distinctes. Les Européens se prennent d'intérêt pour Hemingway ou Faulkner alors qu'aux Etats-Unis ils sont considérés comme des auteurs de seconde zone. De la même manière, le jazz séduit plus les élites européennes qu'américaines. Il manque essentiellement une jeunesse urbaine, comme les "zazous" ~~mais n'im~~, mais ne pénètre pas les zones rurales. Ainsi, si la culture américaine se diffuse, ce n'est pas en tant que modèle, faisant l'objet de récupération et de critiques particulières. En Allemagne par exemple, Adorno et Horkheimer critiquent la ~~l'un~~ schématisation de l'œuvre d'art que l'on retrouve dans l'industrie culturelle américaine.

De 1919 ~~jusqu'aux débuts de la~~ jusqu'à 1945, le modèle américain prend forme aux Etats-Unis mais ne s'implante pas en Europe. Il est une source d'inspiration, mais sa diffusion est bornée par des rejets et des replis commerciaux. En ce

IMPRIMERIE NATIONALE – 2021-12-PF 018751

Copie anonyme - n°anonymat : 404971

Emplacement QR Code

Code épreuve : 279 | Nombre de pages : 8 | Session : 2026

Épreuve de : Histoire

Consignes
- Remplir soigneusement l'en-tête de chaque feuille avant de commencer à composer
- Rédiger avec un stylo non effaçable bleu ou noir
- Ne rien écrire dans les marges (gauche et droite)
- Numéroter chaque page (cadre en bas à droite)
- Placer les feuilles A3 ouvertes, dans le même sens et dans l'ordre

sens, la fin de la seconde guerre mondiale change deux choses. D'une part l'ordre mondial fondé sur le libre échange favorise la diffusion des produits américains. D'autre part, la logique de la guerre froide fait de ce modèle un enjeu de la puissance américaine, et sa diffusion va s'appuyer sur l'affaiblissement de l'Europe.

De 1945 jusqu'à 1990, le "modèle américain" s'implante en Europe de l'Ouest et tente de s'insinuer en Europe de l'Est, il est cependant l'objet de réappropriations nationales.

Du point de vue économique comme culturel, le "modèle américain" transforme l'Europe de l'Ouest. Le modèle fordiste devient la norme, comme le décrit Robert Boyer dans Les Modèles de production. La réduction des coûts en réalisant des économies d'échelles permet le développement de l'équipement européen. En Grande-Bretagne entre 1945 et 1965, le nombre d'automobiles passe de 1,5 millions à 4,5 millions. Le développement de la consommation salariale avec la mensualisation des salaires ouvriers permet en effet de planifier à plus long terme les dépenses de consommation. Les ménages européens s'équipent progressivement d'appareils électro-ménagers similaires aux ménages américains. L'ethos de consommation s'en rapproche également dans la mesure où l'achat à crédit se développe fortement pour acquérir des voitures par exemple. Le modèle de production fordiste est diffusé par l'organisation de missions de productions dans lesquelles des cadres européens découvrent les techniques

managériales américaines. Ces ~~mêmes~~ cadres contribuent donc à changer l'organisation européenne du travail tout en étant les vecteurs des modes de consommation américains. Des chaînes commerciales se développent sur le modèle de Walmart. En 1953, le premier supermarché français est inauguré à Sainte-Geneviève-des-Bois et est doté d'un parking pour accueillir les voitures. Les productions hollywoodiennes s'imposent. Politiquement, le modèle américain inspire la communication politique européenne. Margaret Thatcher, en plus de suivre le tournant néo-libéral impulsé par Reagan, a recours aux services de l'agence de communication Saatchi and Saatchi. ~~La construction de l'union européenne~~ En France, la gestion libérale est adoptée par la gauche en 1983, qui abandonne les politiques keynésiennes pour favoriser la compétitivité des entreprises en baissant les impôts sur les sociétés. Le "modèle américain" apparaît ainsi incontournable.

Celui-ci se développe largement dans le cadre des stratégies de guerre froide. En 1946, le Plan Marshall coupe l'Europe en deux, selon la fidélité commerciale ou américaine. Les clauses d'achat de produits américains donnent accès aux produits que les soldats américains ont fait connaître durant la grande guerre. Le modèle américain est essentiel pour faire reconnaître la supériorité du capitalisme. Fondé sur le libéralisme, il s'appuie sur l'accès à en abondance aux biens de consommation américains. Les accords Blum-Byrnes reflètent l'importance de l'industrie culturelle dans la diffusion du modèle. En Europe de l'Ouest, l'implantation du modèle est un enjeu des bases militaires de l'OTAN. Eisenhower augmente le budget des expositions du confort américain dans ces bases où l'on découvre les Ray-Ban ou les cigarettes Camel. En Europe de l'Est, le modèle américain se développe indirectement. Il se répand en particulier dans les années 1980 avec

le réveil de la société civile ~~par le~~ et le développement des technologies de l'information. En Allemagne de l'Est, les programmes télévisés s'américanisent, ~~son~~ produisant des contenus de divertissement inspirés des américains. C'est principalement la jeunesse qui est actrice de la popularisation culturelle du modèle américain, avec l'organisation de concerts de rock en Allemagne de l'Est à la fin des années 1980. Ainsi, le modèle américain ~~est~~ séduit par ~~son~~ versant culturel et est une cause de l'aspiration à la libéralisation menant à la chute ~~de~~ du mur de Berlin. Il se présente bien comme un ensemble, le culturel appelant l'économique, et constitue une arme idéologique de la guerre froide.

Pour autant, l'implantation du modèle américain ne se fait pas sans réappropriations. Les différents aspects sont bien solidaires mais peuvent être adaptés. D'une part, en Europe de l'Ouest, le modèle américain peut ~~fait~~ être l'objet de rejets. En France, une contre-culture communiste s'organise autour d'Aragon ou de Beauvoir qui publie L'Amérique au jour le jour qui critique sèchement l'uniformité du mode de vie américain. La dénonciation de la Coca-colonisation passe par la mise en valeur du vin français par exemple. Ces modes de consommation ne sont pas exclusivement communistes. La consommation européenne conserve ses particularités. En Allemagne, en Italie et en France, la ~~part~~ poste de dépense de la consommation ne dépasse pas les 30% du budget alors que c'est 40% aux États-Unis. Le modèle diffusionniste ne fonctionne pas entièrement. Si les Français admirent les grosses cylindrées américaines ils achètent des voitures qui consomment peu. Enfin la culture européenne s'approprie les productions américaines. L'exemple du western, qui s'affaiblit aux États-Unis est complètement relancé par ~~l'Amérique~~ le cinéma italien avec les western spaghetti de Sergio Leone. Le rock américain est transformé par ~~les~~ The Beatles si bien que leur tournée aux États-Unis est perçue comme un reflux de la culture britannique.

Ainsi, de 1918 à 1945, le "modèle américain" ne s'implante comme modèle qu'aux États-Unis. S'il se développe en Europe de l'Ouest comme enjeu de la guerre froide, l'implantation ne se fait pas sans appropriations. L'implantation en Europe de l'Ouest témoigne de la force du modèle et c'est sur cette base que se reconstruira l'Europe de l'Est après la chute de l'URSS. ~~Le modèle américain est certes un ensemble cohé~~.

IMPRIMERIE NATIONALE – 2021-12-PF 018 751