

Culture : Pius Knüsel: "Nous promovons la compréhension entre les cultures"

Autor(en): **Eckert, Heinz / Knüsel, Pius**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **32 (2005)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-911967>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La culture est devenue affaire de gros sous et champ de bataille de fournisseurs et producteurs aussi nombreux que variés; c'est désormais un marché régi de plus en plus par la loi de l'offre et de la demande.

A aussi augmenté le besoin du soutien financier des pouvoirs publics. Entre 1972 et 2003, le nombre des demandes annuelles a passé de 215 à 3500. Dans le même temps, les contributions fédérales ont passé de 5,5 à 35 millions de francs par an. Mais alors que le nombre des demandes s'est multiplié par seize, les fonds disponibles n'ont que sextuplé.

Bien que la politique culturelle relève des cantons et n'ait au fond pas de base nationale, la Confédération consacre chaque année quelque 230 millions de francs à la promotion de la culture. Dans l'ensemble, les collectivités publiques (Confédération, cantons et communes) dépensent chaque année 1,8 milliard de francs pour la culture.

A l'échelon fédéral, la promotion de la culture est partagée essentiellement entre

l'Office fédéral de la culture (OFC), avec 470 postes à temps partiel, et la fondation de droit public Pro Helvetia, avec 119 collaborateurs et collaboratrices. L'OFC, qui chapeaute aussi le Musée national et la Bibliothèque nationale, soutient entre autres des organisations faitières comme la Cinéma-thèque suisse. Il s'engage pour la conservation des monuments et la promotion du cinéma et est chargé de la diffusion de la culture et de l'encouragement à la lecture.

Entre autres missions définies par la loi, la fondation culturelle Pro Helvetia, fondée en 1939 pour la «défense spirituelle du pays», veille aux échanges culturels avec l'étranger.

La Direction du développement et de la coopération (DDC) et «Présence Suisse» sont deux acteurs officiels de plus, quoique plus modestes et avec des objectifs différents. La DDC consacre 12 millions de francs par an à «l'établissement et à la sauvegarde durables de constellations cultu-

relles diversifiées» dans les pays pauvres, tandis que «Présence Suisse» utilise la culture pour entretenir l'image de la Suisse et promouvoir son économie à l'étranger.

Toutes les institutions citées ont un objectif commun, que David Streiff, directeur de l'OFC jusqu'en mars 2005, définit ainsi: «Elles sont censées faire connaître la Suisse culturelle à l'étranger, favoriser le dialogue, promouvoir les échanges d'idées entre les Etats et montrer que la Suisse est un pays créatif et original.»

Y a-t-il de bonnes et de mauvaises exportations culturelles? «Non, répond David Streiff, la question n'est pas de savoir si une idée est bonne ou mauvaise, mais si elle est comprise ou non. Admettons qu'un film suisse montre le sort d'une femme riche, mais dépressive; elle souffre dans sa villa, au milieu de ses trésors, et finit par se jeter par la fenêtre. Nous ne pourrions pas montrer ce sujet dans des pays dont la majorité des habitants attendront toute leur vie

Pius Knüsel: «Nous promovons la compréhension entre les cultures»

La Suisse n'exporte pas seulement des montres, du chocolat et du fromage, mais aussi de la culture. A quoi bon et pourquoi? Telle est la question que nous avons posée à Pius Knüsel, directeur de la fondation culturelle Pro Helvetia responsable des échanges culturels internationaux.

«Revue Suisse» *Quel effet peut et doit avoir la promotion de la culture à l'étranger?*

Pius Knüsel: La promotion – je préfère parler de diffusion – de la culture à l'étranger renforce les relations entre la Suisse et d'autres pays, elle noue des liens entre les artistes et améliore la compréhension entre les cultures.

Selon quels critères les ambassadeurs de la culture, ou plutôt les projets culturels destinés à l'étranger, sont-ils choisis?

- 1° La demande: le pays d'accueil – en général un organisateur – doit manifester un intérêt et assumer une partie des risques.
- 2° La qualité: seuls sont soutenus les pro-

jets artistiquement convaincants – même si cet étalon doit être révisé sans cesse, voir Paris en décembre 2004!

– 3° Le potentiel de médiation: seules sont soutenues les productions dont nous admettons qu'elles sont compréhensibles dans la culture du pays d'accueil.

Où sont les priorités, géographiquement et matériellement parlant, et pourquoi?

Il n'y a pas de priorité de contenu, puisque nous réagissons à des requêtes. Que certaines disciplines soient plus représentées que d'autres tient au fonctionnement du marché international de la culture et aux forces et faiblesses de la production suisse.

En ce moment, l'architecture, les arts visuels et la danse sont très demandés, mais cela peut changer.

Géographiquement parlant, la part du lion va aux pays limitrophes – l'Allemagne, la France et l'Italie – puis au reste de l'Europe; les Etats-Unis suivent à bonne distance, enfin l'Asie, l'Afrique australe et le reste du monde. La pondération est directement fonction de la capacité des marchés respectifs. Les pays bien dotés en moyens culturels, comme ceux d'Europe, génèrent une demande plus élevée de culture en provenance de Suisse et sont des «clients» gratifiants.

Comment définiriez-vous le public cible à l'étranger?

Ce sont les amateurs de culture et les artistes, et en fin de compte les intellectuels et le public bourgeois qui fréquentent les institutions culturelles des pays d'accueil. Nous avons pour principe de ne jamais intervenir nous-mêmes en tant qu'organisateur, mais de nous appuyer sur la réputation de nos partenaires.

d'avoir l'eau courante. Ce film n'y serait pas compris. Pour qu'un échange culturel soit fructueux, il importe donc énormément de pouvoir collaborer avec les acteurs culturels locaux, qui connaissent la mentalité.»

D'après Streiff, les différentes institutions travaillent de façon coordonnée et sans problème l'une à côté de l'autre, chacune ayant sa mission précise. Pourtant, les critiques à l'encontre de l'OFC et Pro Helvetia ne manquent pas, que ce soit dans les médias ou au parlement. Alors que les caisses publiques sont vides, les subventions à la culture sont toujours une cible de choix pour les économies.

En décembre dernier, une exposition de l'artiste bernois Thomas Hirschhorn au Centre culturel suisse de Paris (Hôtel Poussepain) a fait les grands titres: «Un artiste vedette raille la Suisse», affichait le «Blick» en première page, tandis que la «Neue Zürcher Zeitung» critiquait «l'erreur du Centre culturel suisse de Paris». Pro Helvetia avait dé-

pensé 180 000 francs pour une exposition qui ne visait pas seulement le conseiller fédéral Blocher et tournait la démocratie directe en ridicule, mais comparait encore la Suisse à la sinistre prison irakienne d'Abu Ghraib.

Pro Helvetia a-t-elle mal engagé ses fonds, dans le cas particulier? Les politiciens bourgeois se sont montrés choqués et le président de l'UDC, Ueli Maurer, exige que la fondation remplisse sa mission, à savoir faire la promotion de la Suisse et non le contraire. Tout en se distanciant de l'attaque contre le conseiller fédéral Blocher, Pro Helvetia a aussitôt défendu l'exposition Hirschhorn en invoquant la liberté d'un artiste de réputation internationale d'utiliser à sa guise la plate-forme culturelle d'un Etat démocratique. Elle insiste sur la conquête que constitue pour une société démocratique le fait de soutenir même des artistes qui la mettent en question. Le «ministre de la culture», le conseiller fédéral Pascal Couchepin,

réagit lui aussi avec compréhension et juge mesquin de contester le soutien de Pro Helvetia à l'exposition. «Les hommes politiques ne devraient pas surveiller tous les détails comme des commissaires politiques», déclare-t-il – après s'être quand même emporté l'été dernier contre un film subventionné par l'Etat qui brocardait son nom. Mais le Conseil des Etats n'a pas montré la moindre compréhension pour le travail de Hirschhorn et a amputé la subvention de Pro Helvetia d'un million de francs. Le scandale était parfait.

Un autre sujet fréquent de discorde est de savoir dans quels pays la Suisse devrait exporter sa culture. Vaut-il la peine de faire connaître la musique contemporaine suisse au Kazakhstan, demande-t-on? Ne serait-il pas préférable de limiter les activités culturelles extérieures aux pays qui ont un intérêt

_____ suite page 8

Les écoles suisses de l'étranger jouent-elles aussi un rôle?

Non. D'ailleurs les Suisses de l'étranger ne sont pas non plus un public cible de Pro Helvetia, car ces deux groupes de personnes sont trop restreints pour justifier les dépenses. En outre leurs intérêts ne correspondent pas, la plupart du temps, à ceux des institutions partenaires intéressantes des pays d'accueil.

Quelle est l'importance des prestations des ambassades de Suisse pour Pro Helvetia?

Cela dépend. Lors de grands projets, leur concours est indispensable pour la publicité et l'organisation. Dans les projets plus modestes, les ambassades jouent souvent le rôle de relais.

Quel engagement vous paraît illustrer une exportation culturelle réussie et efficace?

Les 17 expositions d'art suisse contemporain autour de la foire artistique ARCO 2003 à Madrid, ou le programme «0406 Swiss Contemporary Arts in Japan» qui, en 2005, fera tourner 25 productions culturelles suisses modernes dans diverses villes du Japon à l'occasion de l'exposition universelle d'Aichi.

Les engagements de Pro Helvetia à l'étranger ne suscitent pas toujours la compréhension

des politiciens suisses. L'exposition Hirschhorn à Paris vous a coûté un million de francs de subvention en moins. Allez-vous tirer les conséquences de cet incident unique?

Il est certain que le message politique délivré par cette coupe changera durablement la fondation. Sur le plan opérationnel, nous examinerons comment la décision a vu le jour. Nous devons aussi communiquer plus soigneusement. La chose étonnante est que le public français réagit positivement à l'ex-

position Hirschhorn et ne saisit pas pourquoi les esprits se sont pareillement échauffés au parlement suisse.

Les questions étaient posées par Heinz Eckert.

_____ Traduit de l'allemand.



Pius Knüsel, directeur de Pro Helvetia: «Mieux communiquer».