

# La "Swiss Attitude" au contact américain : évolution d'une présence culturelle

Autor(en): **Gillabert, Matthieu**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire**

Band (Jahr): **16 (2009)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-99809>

## **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 «Swiss Attitude» au contact américain

## Evolution d'une présence culturelle

**Matthieu Gillibert**

En 2007 en Suisse, plus d'un quart des films projetés et trois quarts des DVD vendus proviennent des Etats-Unis. Ces chiffres soulignent le déséquilibre patent des échanges culturels entre les deux rivages de l'Atlantique; mais ils expriment surtout une évidence: l'existence du fait culturel dans les relations internationales. Ainsi n'est-il pas irraisonnable de saisir, en sens inverse, quel a été l'impact, même restreint, de l'activité culturelle suisse en Amérique.<sup>1</sup>

Après la Seconde Guerre mondiale, plusieurs instruments sont développés en Suisse pour favoriser un rayonnement culturel qui s'apparente alors plus à une propagande économique: ainsi le Département politique fédéral (DPF) crée en 1945 la section «Information et presse» et en 1949, la Communauté de travail Pro Helvetia devient une fondation dont la moitié du budget est affectée à diffuser la culture à l'étranger. Ces nouveaux outils diplomatiques, dont les Etats-Unis sont une cible importante, nourrissent les relations transatlantiques sur un mode raisonné: ils façonnent l'image – politique, économique et culturelle – de la Suisse, exportée dans le monde de l'après-guerre.

Parallèlement se tissent, au cours de la Guerre froide, des réseaux plus informels qui complètent la diplomatie culturelle au niveau universitaire, artistique et littéraire. La colonie suisse, les sociétés d'amitié américano-suisse mais surtout les milieux économiques sont autant de relais. Ainsi, comprendre les relations culturelles entre la Suisse et les Etats-Unis passe par la différenciation de ces deux canaux – officiel et informel, distinction explicitée par John Mitchell<sup>2</sup> entre *Cultural Diplomacy* et *Cultural Relations* –, et par l'analyse de leurs concurrences et de leurs complémentarités.

Au cours du second 20e siècle, quatre phases se dessinent et modifient le contenu des relations culturelles entre les deux pays. Moins un essor du rayonnement culturel qu'une campagne d'information, l'après-guerre voit se développer l'exportation d'une culture qui est censée redorer l'image d'une Suisse égoïste et opportuniste. Par la suite, le développement de la propagande agit davantage depuis les Etats-Unis et au profit des milieux économiques. Au cours des années 1960 pourtant, les images d'une Suisse idyllique sont remises en

cause par un champ culturel qui s'émancipe du politique et qui connaît un vif succès outre-atlantique. Enfin, lors des deux décennies suivantes, on assiste à la tentative de Berne de se réapproprier cette contre-culture dans une nouvelle conceptualisation du rayonnement culturel: celle d'une présence culturelle, à New York principalement, en interaction avec la scène culturelle américaine.

### **Avant tout: toiletter une image écornée**

Hans Ulrich Jost utilise, pour imager la relation qu'entretient la Suisse avec les Etats-Unis après la guerre, deux métaphores: le bouclier pour exprimer les valeurs bienveillantes mises en avant par le DPF comme la neutralité et la solidarité, et l'épée qui caractérise l'offensive économique de la Suisse au-delà de l'Atlantique.<sup>3</sup> Dans le domaine culturel, ce double mouvement est aussi perceptible. Dans la catégorie «bouclier», les nouvelles instances suisses de la politique de propagande développent une rhétorique axée sur la neutralité suisse et son ancrage ancien dans l'histoire, ainsi que sur la «situation particulière» de la Suisse après la guerre. Dans le domaine cinématographique, les importants succès aux Etats-Unis en 1945 de «Marie-Louise» (Oscar du meilleur scénario) et de «La dernière chance» (Globe d'or) démontrent que ces images rencontrent leur public.<sup>4</sup> En présentant une Suisse humanitaire et accueillante, voire éducative pour Marie-Louise qui passe la guerre dans une famille helvétique, ces productions sont étroitement associées à la nouvelle politique étrangère sous le signe de «neutralité et solidarité». A son retour des Etats-Unis où il a présenté ces films, le producteur Lazar Wechsler affirme triomphalement au conseil d'administration de *Praesens*, la maison qui l'emploie: «[W]ir sind deshalb mit unsern beiden Filmen in einem kritischen und wichtigen Zeitpunkt für die Schweiz hervorgetreten.»<sup>5</sup> Ce moment critique désigne les premières années d'après-guerre où les accusations des autorités américaines concernant la politique de la Suisse vis-à-vis de l'Axe menacent tant les relations économiques de celle-ci que son ancrage dans le camp occidental. La presse américaine se fait largement l'écho de ces attaques. Les films contribuent ainsi, par les projections et les éloges des critiques de cinéma, à rétablir une image écornée.

Mais le besoin de promouvoir une image globale de la Suisse devient pressant à Berne, qui recourt donc à ce que Jost qualifie d'«épée». Malgré une fascination largement partagée en Suisse pour la société américaine, notamment pour son avance technologique ou, dans le domaine cinématographique, pour le *star-system*, il est vrai que des voix récalcitrantes se font entendre: peur de la modernité à laquelle on oppose une authenticité helvétique; dédain pour une société considérée comme matérialiste et sans culture; accusations politiques



dans un climat international qui se polarise. Toutefois, ces critiques restent rares et la diplomatie fait la sourde oreille. Elle entend rapprocher la Suisse du camp occidental, jonglant avec deux valeurs aussi importantes qu'inconciliables: la neutralité et l'anticommunisme qui l'ancre fermement dans un des deux camps. A côté de l'action purement diplomatique (accord de Washington en 1946, accord Hotz-Linder en 1951), la culture devient un instrument pour créer ce rapprochement avec le *leader* occidental. A cet égard, la technique favorite sera celle de rappeler l'identité des deux démocraties ou, comme l'écrit le professeur de théologie Emil Brunner, de montrer les similitudes entre la Suisse et sa «grosse Schwesterdemokratie».<sup>6</sup>

En août 1945, à l'invitation du chef de la Division des Affaires étrangères, Walter Stucki, une conférence se tient à Berne sur la thématique d'un rapprochement culturel de la Suisse avec les Etats-Unis:<sup>7</sup> les principaux acteurs du rayonnement culturel et économique sont présents. Ils constatent que la politique culturelle helvétique fait face à deux problèmes récurrents. Premièrement, de nombreux rapports parviennent à Berne qui font état d'un déficit d'informations sur la Suisse aux Etats-Unis. Selon le DPF, ces carences sont dues principalement à un contexte global où l'Europe a perdu de sa superbe aux Etats-Unis mais aussi à l'inaction du Département fédéral de l'Intérieur dans le rayonnement culturel outre-atlantique.<sup>8</sup> Deuxièmement, la coordination des différents acteurs culturels semble cruellement déficiente.

A ce propos, force est de constater que ceux-ci sont en effet nombreux et poursuivent des stratégies fort différentes. Il est ici impossible de recenser tous les organismes privés actifs dans ce domaine; tout au plus peut-on esquisser une brève typologie. Sur le plan académique, il y a l'*Institut für Auslandsforschung*, pendant alémanique de l'Institut universitaire des hautes études internationales (IUHEI) qui est quant à lui aussi financé par des fondations américaines. Ces deux institutions, avec l'Ecole polytechnique fédérale (EPF), jouent leurs propres cartes pour développer des échanges académiques. Ils collaborent notamment avec des partenaires américains comme le new-yorkais *Comité américain de l'échange américano-suisse d'étudiants*, dirigé jusqu'en 1948 par Laurence Duggan.<sup>9</sup> L'exposition d'architecture organisée par Pro Helvetia en 1953 aux Etats-Unis peut être considérée comme une sorte de vitrine des réalisations de l'EPF. Sur le plan culturel, la *Swiss American Society for Cultural Relations*, née en 1940, semble évoluer entre les intérêts de la place financière zurichoise et le dynamisme de professeurs de théologie comme Emil Brunner et Adolf Keller. Il faut souligner que jusque dans les années 1960, la colonie suisse aux Etats-Unis joue un rôle important comme destinataire mais surtout comme relais de la politique culturelle. Les principaux pourvoyeurs de matériels – propagandistes plus que culturels – restent néanmoins les institutions au service de l'économie et du

tourisme. Par ailleurs, ces organisations partagent plusieurs valeurs communes autour du libéralisme et de l'anticommunisme. Les acteurs individuels, eux, sont moins soumis à la polarisation politique de la Guerre froide.

Ce rapprochement de la Suisse avec les Etats-unis sur le plan des valeurs est fortement corrélé avec ses intérêts économiques. Pour coordonner la diffusion d'une image favorable aux intérêts helvétiques, le DPF nomme, en 1946, un attaché de presse à Washington. Il s'agit d'Eric Kessler, journaliste de profession, dont le cahier des charges – qui est relativement flou – navigue entre un travail d'information sur la Suisse et celui d'attaché culturel. En 1948, Claude van Muyden qui succèdera à Kessler écrit un rapport qui remonte au Conseil fédéral, dans lequel il critique une propagande suisse trop réactive, «consistant à parer aux besoins qui se manifestaient au fur et à mesure de leur apparition».<sup>10</sup> A l'énumération des sujets que cette propagande devrait traiter à ses yeux (neutralité, prospérité, anticommunisme), le rayonnement culturel apparaît plus comme une information politique, voire publicitaire, que comme une action de promotion de la culture. Le but, selon van Muyden, est de créer des «préjugés favorables» pour augmenter les relations – avant tout commerciales – entre les deux pays. Enfin, van Muyden cible le public de cette action: comme le président Truman est élu grâce au «petit homme» et au «paysan du middle West», la propagande doit leur être principalement destinée. Cette volonté d'agir sur l'opinion pour infléchir la politique des dirigeants entraîne un changement de contenu: il faut désormais se concentrer sur les «choses plus concrètes», comme les conditions de travail en Suisse et l'alimentation, et évacuer les notions abstraites de neutralité.

Cette politique prônée par l'attaché de presse suisse se reflète dans le contenu des articles du service de presse de Pro Helvetia. Traduits en anglais par le vice-président de cette institution, Arnold Lätt, et destinés à la presse américaine, ils abordent des thématiques plus quotidiennes, avec un accent souvent très conservateur: la vie familiale, la télévision en Suisse, le rôle de la femme.<sup>11</sup> Le développement d'une propagande destinée aux enfants fait également parti de cette approche. L'«Américain moyen» de van Muyden ne devient-il pas un consommateur à atteindre? On retrouve la situation d'un public transformé en clientèle comme l'analyse l'historien Alain Dubosclard à propos de l'action artistique de la France aux Etats-Unis: celle-ci «prend désormais en compte la nécessité d'agir sur les masses, l'opinion publique [...], aussi bien sur les cerveaux des consommateurs que sur ceux des décideurs».<sup>12</sup>

Le peu d'égards manifestés par van Muyden pour des relations strictement culturelles ne semble pas perturber les instances de Pro Helvetia; celles-ci ne pourraient tout simplement pas engager les moyens financiers nécessaires pour une telle politique: «Die Kulturwerbung [aux Etats-Unis] allein benötigt Finanzen, die Pro Helvetia nicht zur Verfügung stehen.»<sup>13</sup> A la lecture de ce



rapport, la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger suggère de créer un comité pour gérer, sur place, les contacts entre les acteurs culturels et pour trouver des fonds privés afin de soutenir le rayonnement culturel de la Suisse.

## Propagande «in situ» et recyclage culturel

Dans cet esprit, le ministre à Washington, Henri de Torrenté, parvient à former, en 1957, un «Comité de coordination de l'information sur la Suisse aux Etats-Unis». Celui-ci, composé des diplomates en poste, de l'Office d'expansion commerciale, de l'Office national du tourisme, de Pro Helvetia et de Swissair, doit coordonner les acteurs qui «ont pour tâche de mieux faire connaître et mieux comprendre la Suisse aux Etats-Unis». <sup>14</sup> Son principal résultat sera la rédaction, avec l'aide des milieux économiques, comme la Fédération horlogère, Nestlé et l'industrie pharmaceutique, d'une brochure d'une vingtaine de pages sur la Suisse distribuée à plus de 100'000 exemplaires. A côté d'informations sur le climat, la défense nationale et la situation économique, une double page s'intitule *Switzerland's contribution to World Culture, Art and Science*. Le message est très consensuel: la Suisse de Rousseau, de Pestalozzi et de Piaget a porté haut la réflexion sur l'éducation et, comme berceau de la démocratie depuis Guillaume Tell, elle «has been an example and an inspiration for the freedom-loving people of many countries». <sup>15</sup>

La culture doit donc contribuer à une atmosphère positive et à la construction d'une image standardisée, favorable aux intérêts suisses. Comme une sorte de *Nation Branding*, <sup>16</sup> elle est destinée autant à soutenir le tourisme et l'industrie d'exportation qu'à répondre aux attentes du public américain. Même les écrivains Max Frisch et Friedrich Dürrenmatt, selon l'Ambassade de Washington, possèdent une indépendance intellectuelle «untrennbar mit ihrem Schweizertum»; les arts appliqués représentent aussi une «Ausdruck schweizerischer Qualitätsarbeit». <sup>17</sup> Ces liens directs entre la production culturelle et l'image de la Suisse démontrent une forte emprise d'intérêts exogènes au champ culturel dans ce rayonnement. Cette situation est la conséquence de plusieurs facteurs: le budget limité de Pro Helvetia; les ressources financières considérables, à l'opposé, des acteurs économiques; les pratiques des années 1950 où les arts participent fortement à l'image nationale exportée à l'étranger; des milieux diplomatiques peu rompus au métier d'agent culturel. A ce sujet, relevons que l'action culturelle dépend très fortement de l'intérêt personnel des diplomates. Ainsi, Henri de Torrenté réclame-t-il à plusieurs reprises à Berne un attaché culturel nommé hors du sérail diplomatique, ce qui lui sera toujours refusé. <sup>18</sup>

Pourtant, au cours des années 1960, l'image consensuelle diffusée par cette propagande se fragilise. Ce développement s'explique par plusieurs raisons liées à un contexte plus large: le champ et les institutions culturels s'affranchissent davantage de la tutelle politique; le public accorde plus de reconnaissance à la contestation; le consensus politique autour de la Défense nationale spirituelle s'essouffle dans un climat international en mutation. Les succès américains, notamment à Broadway, d'auteurs helvétiques contestant l'image d'une Suisse neutre et humanitaire – comme Max Frisch et plus encore Friedrich Dürrenmatt – sont ainsi responsables de l'apparition d'une voix discordante aux Etats-Unis. La tournée de Karl Barth dans plusieurs universités américaines en 1962 jouit d'une audience qui dépasse largement les cercles des théologiens. Un nouveau cinéma renoue avec les succès du premier après-guerre et tisse des liens avec des réalisateurs américains.

Ces réussites amènent les diplomates à s'intéresser davantage à cette nouvelle production culturelle. Ainsi, devant la German Language Society de Washington, l'attaché culturel Lukas Burckhardt donne deux conférences sur Frisch et Dürrenmatt qu'il défend, malgré le scepticisme de cette association.<sup>19</sup> Le sursaut d'intérêt de la part des milieux officiels pour ces œuvres culturelles contestataires marque ce tournant des années 1960. Il est à la fois le signe d'une volonté d'instrumentalisation de cette jeune culture qui donne à la Suisse une nouvelle visibilité. Mais cette bienveillance participe aussi au développement d'une politique culturelle plus audacieuse: le rayonnement devient davantage celui de la création que de la propagande.

## Etats-Unis d'aujourd'hui; culture de demain

Cette nouvelle génération – polyphonique – d'intellectuels suisses visite les Etats-Unis et observe les transformations qui s'opèrent dans la société américaine. Jeanne Hersch, professeur invitée à la Pennsylvania State University en 1959 puis au Hunter College de New York en 1961, découvre une Amérique en proie à la crise identitaire.<sup>20</sup> Yves Velan, qui a vécu plusieurs années au Canada et aux Etats-Unis, observe une attitude ambivalente, entre fascination et angoisse, face à la modernité américaine qu'il livre dans son ouvrage *Soft Goulag*.<sup>21</sup> Les interrogations sur les changements des «fondements mêmes de la société américaine» au cours des années 1960 sont circonscrites, avec une certaine méfiance, par la revue de l'IUHEI dans un numéro introduit par Jacques Freymond: «Où va la nation américaine?»<sup>22</sup> Il convient de soupeser, comme le fait l'historien Dan Diner, ces différents jugements à l'aune du concept de modernité, souvent incarné par les Etats-Unis dans l'imaginaire collectif européen: tant la modernité



séduisante que celle, jugée excessive, qui repousse.<sup>23</sup> Ceci d'autant plus que la vie culturelle américaine est souvent considérée comme celle qui «préfigure la vie culturelle de demain».<sup>24</sup>

Cette nouvelle perception des Etats-Unis, dont la modernité ne fait plus forcément peur et dont l'anticommunisme n'a plus le même attrait, liée aux évolutions du champ culturel helvétique aura pour conséquence un dédoublement de ce rayonnement: d'une part l'exportation d'une image traditionnelle perdue dans une perspective économique. Mais, au niveau institutionnel, commence à se développer une présence plus culturelle qui permet aux artistes suisses de se confronter à leurs homologues américains pour interroger cette société en mouvement. Ceci est aussi rendu possible par une dépolitisation des institutions culturelles comme Pro Helvetia qui tente de s'extraire des tensions Est-Ouest.

En 1966, le «Swiss Center» s'ouvre à Manhattan sur la Cinquième Avenue: plusieurs caractéristiques le classent dans la catégorie de la propagande helvétique classique aux Etats-Unis. Il naît à partir d'un conglomérat de 14 entreprises qui, à partir de 1951, s'engagent pour améliorer la promotion économique, notamment dans les secteurs du tourisme et de l'horlogerie. Celle-ci est alors gênée par la clause protectionniste *Escape Clause* ajoutée par Washington à l'accord commercial entre les deux pays. Dans les années 1960, le besoin d'une visibilité accrue se fait sentir: des négociations pour abroger l'*Escape Clause* sont en cours; une présence strictement commerciale ne suffit plus, dans un contexte culturel en évolution, pour diffuser l'image du pays.

Le centre reprend la stratégie d'analogie entre la Suisse et les Etats-Unis pour créer une atmosphère favorable aux échanges: dans la brochure confectionnée en 1966 à l'occasion de l'inauguration, les auteurs vont jusqu'à rapprocher la silhouette du Cervin de celle des tours de Manhattan. Pourtant, on veut également diffuser des représentations moins stéréotypées d'une Suisse aussi «diverse as the many and various components which, for all their individuality, have fused to become the nation which is the Helvetic Confederation of today».<sup>25</sup> En 1971 a lieu la première véritable exposition dans le centre, «The Swiss Avantgarde» dans laquelle le commissaire, Willy Rotzler, réunit 44 artistes.<sup>26</sup> Cette exposition place l'art au centre des préoccupations et soutient la relève en l'exposant dans la métropole new-yorkaise. Mais cette production artistique reste aussi pour Rotzler l'émanation de la réalité suisse: exigüité du pays, diversité linguistique et fédéralisme influencent les institutions et les artistes.<sup>27</sup>

Entre propagande politico-économique et plate-forme au service des artistes, entre une culture liée aux réalités nationales et celle liée à la confrontation avec l'Autre, les relations culturelles deviennent multiples: dans leur contenu et dans



les publics ciblés. Mais elles sont davantage nourries par les artistes eux-mêmes qui voient dans leur présence en Amérique l'opportunité de créer la culture suisse de demain.

## Des relations culturelles à la présence culturelle

A la fin des années 1970, les réflexions de Pro Helvetia se dirigent vers le concept d'une présence culturelle ininterrompue à l'étranger qui trouvera son expression la plus achevée avec le Centre culturel suisse de Paris. Les Etats-Unis occupent une position ambiguë dans ce nouveau dispositif. D'une part, ils restent incontournables en tant que super-puissance et proches de certaines valeurs culturelles répandues dans la société suisse. Luc Boltanski, après avoir dépouillé les questionnaires que Charles Apothéloz avait préparé pour décrire la vie quotidienne suisse à l'Exposition nationale de 1964, n'a-t-il pas conclu que les Suisses ont tendance à préférer les Etats-Unis par rejet des pays limitrophes?<sup>28</sup> Mais d'autres pôles – les pays émergents, les pays de l'Est – concurrencent les relations culturelles avec l'Amérique. A cela s'ajoutent, après le choc pétrolier de 1973, une hausse du coût des transports pour les expositions de prestige et une défection du mécénat dans un pays où les actions d'envergure exigent des moyens considérables. Dans le domaine des arts plastiques, ces obstacles entraînent avant tout une concentration des moyens à New York, centre artistique incontournable qui représente en quelque sorte la pointe de l'immense iceberg américain. Un responsable de la politique culturelle aux USA, Marc-Olivier Wahler, dira en 2004 de cette métropole: «[O]n ne comprend les Etats-Unis que quand l'on réalise que tout passe par le filtre de la consommation. En cela, New York est le cœur de la bête, et ne diffère pas du reste du pays.»<sup>29</sup>

Pour autant, Pro Helvetia ne peut assumer seule les manifestations: le *Swiss Industries Group* – un conglomérat d'industries installées aux Etats-Unis – a repris les activités du comité de coordination de de Torrenté et contribue largement au financement des expositions. Le domaine contemporain est préféré de même que la «présentation d'un art jeune, ouvert à toutes les expériences».<sup>30</sup> Plusieurs manifestations rapprochées, réunies sous le sigle «Fri.Art», permettent à la fondation – et aux créateurs – d'acquérir de l'expérience pour concevoir une présence permanente à New York. Ces travaux déboucheront sur l'ouverture, en 1986, du *Swiss Institute*, institution officiellement indépendante pour la promotion des artistes suisses et financée par des privés, l'Office fédéral de la culture et Pro Helvetia. Celle-ci n'abandonne toutefois pas complètement les expositions de prestige, comme celle sur Mario Botta au Musée d'art moderne de New York en 1985.

En parallèle à ce mouvement de concentration de l'activité dans la métropole, Pro Helvetia développe un triple programme en collaboration avec des universités de Los Angeles, Stanford et New York. Il s'agit d'envoyer des personnalités pour diffuser la «culture suisse». C'est une concrétisation de l'autonomisation de la culture dans les relations culturelles avec les Etats-Unis: des professeurs et des écrivains suisses s'adressent à un public issu du champ culturel américain. Si les projets avec les trois universités sont semblables, à savoir le séjour d'un intellectuel suisse dans une institution américaine, les contenus de ces échanges culturels diffèrent.

Dans le projet *Swiss-Writer in Residence* à Los Angeles, Pro Helvetia décentralise, à partir de 1978, son action sur la côte Ouest, avec des écrivains majeurs comme Walter Vogt ou Friedrich Dürrenmatt. C'est un espace de rayonnement culturel à travers des séminaires et des conférences. La nouveauté réside surtout dans le concept d'une littérature produite sur place: plusieurs ouvrages – ou portant sur la littérature helvétique comme le collectif *Play Dürrenmatt*<sup>31</sup> – y sont en effet rédigés. Rendre vivant l'acte littéraire est un moyen original pour tenter d'effacer la *Terra incognita* qu'est la littérature suisse aux Etats-Unis. Cornelius Schnauber, professeur à l'University of Southern California et partenaire pour mener ce programme, écrit en effet: «Sonst steht es, wie ich erwähnte, mit der Popularität der Schweizer Literatur in den USA nicht sehr gut.»<sup>32</sup> Si son jugement pessimiste reste plausible, il est surtout destiné à mobiliser ses partenaires helvétiques pour mener à bien ce projet.

A New York, des acteurs institutionnels et privés collaborent depuis 1981 à l'organisation du *Swiss Lectureship*. Le concept est semblable à celui de Los Angeles. Les organisateurs misent sur des ambassadeurs culturels à la fois subversifs mais en même temps capables d'exprimer la situation d'exception de la culture suisse. Ceci pour répondre à une demande du public qui est exigeant sur l'innovation littéraire et avide de clichés sur la Suisse. Hugo Loetscher, premier à s'essayer à l'exercice, relie parfaitement ces deux requêtes dans l'article qui parachève son séjour new-yorkais: il utilise des innovations de l'histoire littéraire récente en évoquant l'absence du monde ouvrier des lettres helvétiques ou en soulignant l'importance des métropoles voisines, carrefours culturels incontournables pour les écrivains. Mais il explique aussi que les Alpes, dans la littérature et dans la conscience nationale, forment le matériau privilégié des écrivains pour parler de l'exception suisse.<sup>33</sup> Cette nouvelle évocation des Alpes montre que certains stéréotypes sont nécessaires pour partager avec l'Autre une représentation de Soi et légitimes lorsqu'ils décrivent la réalité sans l'idéaliser.

Enfin, à l'Université Stanford, Pro Helvetia, associée au Fonds national de la recherche scientifique et à la Commission de coordination pour la présence de



la Suisse à l'étranger, envoie des personnalités issues des facultés de sciences humaines et sociales. Il est demandé aux candidats de ces *Stiftungslehrstühle für Schweizer Studien* d'amener «aussi bien le corps professoral que les étudiants à une meilleure compréhension de la Suisse et de son particularisme».<sup>34</sup> Ce programme se rapproche d'une politique plus traditionnelle, insistant sur les vertus helvétiques comme dans la propagande d'après-guerre: une Suisse «éducatrice» avec un semestre sur Jean-Jacques Rousseau dispensé par le professeur Bronisław Baczko; des conférences sur «Switzerland, a Democracy in a Multilingual State» données par l'ancien ambassadeur Maurice Jaccard. Moins destinées à l'échange interculturel et à la production culturelle *in situ*, ces manifestations servent plutôt à diffuser une image prestigieuse du pays alpin, comme le relève le professeur d'économie Olivier de la Grandville à la fin de son semestre à Stanford: «Cette expérience a été pour moi d'une grande richesse; je voudrais que vous sachiez, d'autre part, que j'ai fait de mon mieux pour représenter la Suisse.»<sup>35</sup>

## Conclusion

Deux tendances principales se dégagent au cours de cette période: l'une établit l'indépendance croissante de la culture vis-à-vis des objectifs politiques directs. Dans les relations bilatérales, la culture devient en effet un espace de rencontre qui s'ajoute à l'instrumentalisation politique. L'autre tendance montre que la qualité de ces relations culturelles a changé. Les années 1960 apparaissent comme un moment charnière: avant, on assiste à une politique culturelle basée sur la présentation des productions d'artistes et d'écrivains déjà établis. Il s'agit d'un fonctionnement calqué sur le mode de l'exportation. Après, on voit apparaître – en plus de cette exportation culturelle – de nouveaux instruments comme les programmes de longue durée ou les institutions *in situ* qui offrent à des artistes, souvent jeunes, des possibilités d'échange avec leurs homologues américains.

Cette diplomatie culturelle se base sur un va-et-vient constant d'artistes dont les carrières et les contacts passent très souvent par les États-Unis. Ceux-ci, comme Janus, apparaissent alors bien souvent avec le double visage – fascinant et repoussant – de la modernité. Cette circulation informelle de la culture et ces échanges personnels ne fonctionnent jamais à sens unique.

## Notes

- 1 Je remercie ici Thomas Kadelbach, qui mène ses recherches sur la diffusion de l'image de la Suisse à l'étranger, pour ses précieux conseils.
- 2 John M. Mitchell, *International Cultural Relations*, London 1986, 2–3.
- 3 Hans Ulrich Jost, «La Suisse dans le sillage de l'impérialisme américain», in Hans Ulrich Jost, *A Tire d'Ailes*, Lausanne 2005, 538.
- 4 Hervé Dumont, *Leopold Lindtberg und der Schweizer Film 1935–1953*, Ulm 1981, 92.
- 5 Archives fédérales suisses (AFS), E 9510.6, 1991/51, vol. 17, Rapport de Lazar Wechsler au conseil d'administration de Praesens-Film AG, Zurich.
- 6 Emil Brunner, «Die USA von heute», *Du* 11 (1945).
- 7 *Documents diplomatiques suisses* (<http://www.dodis.ch>) (DoDiS-), 1763, René Jaeger, «Conférence pour un rapprochement culturel entre la Suisse et les Etats-Unis», Berne 17. 8. 1945.
- 8 AFS, E 2001 (E), 1968/1978, vol. 160, Notice du Département politique fédéral (DPF), Berne 30. 6. 1948.
- 9 AFS, E 3001 (B), 1000/731, vol. 6, Lettre de Gasser au DPF, New York 22. 12. 1948.
- 10 DoDiS-6040, Notice de von Muyden, Berne 1948.
- 11 AFS, E 9510.6, 1991/51, vol. 105, Liste d'articles traduits en anglais par Lätt, 1953.
- 12 Alain Dubosclard, *L'action artistique de la France aux Etats-Unis 1915–1969*, Paris 2003, 14.
- 13 AFS, E 9510.6, 1991/51, vol. 115, Procès-verbal (PV) du Groupe 1 de Pro Helvetia, chargé des relations culturelles, Zurich 13. 2. 1956.
- 14 AFS, E 2200.52, 1981/114, vol. 44, Statuts du comité adoptés en 1957.
- 15 Brochure «Switzerland», New York 1959.
- 16 Simon Anholt, «Nation-brands of the twenty-first century», *Journal of Brand Management* 6 (1998), 395–406.
- 17 AFS, E 2003 (A), 1974/52, vol. 192, Bulletin d'information de l'Ambassade de Washington, no 2, 17. 1. 1963.
- 18 AFS, E 2003, 1974/52, vol. 193, Lettre de de Torrenté à Petitpierre, Washington 19. 1. 1960.
- 19 Bibliothèque nationale, Nbq 2494, Conférences de Lukas Burckhardt du 17. 1. 1963 et du 2. 7. 1963.
- 20 Jeanne Hersch, *Eclairer l'obscur; entretiens avec Gabrielle et Alfred Dufour*, Lausanne 1986, 85–86.
- 21 Yves Velan, *Soft Goulag*, Vevey 1977.
- 22 Jacques Freymond, «Où va la nation américaine?», *Annales d'études internationales*, Genève 1971, 7–13.
- 23 Dan Diner, «Warum sind die Vereinigten Staaten vielen Menschen so suspekt? Vorreiter der Moderne», *Spiegel Special* 4 (2008).
- 24 Zentralbibliothek Zürich, Fonds Hersch, 18 Varia, Notice de Hersch sur son séjour à la Pennsylvania State University, Genève 1960.
- 25 Brochure «The Swiss Center New York», juin 1966, 8–9.
- 26 Willy Rotzler, «New Art from Switzerland», *The Swiss Avant Garde. The New York Cultural Center*, catalogue d'exposition, Zurich 1971, 11.
- 27 Thomas Kadelbach apportera avec sa thèse l'éclairage indispensable sur la diffusion de l'image de la Suisse aux Etats-Unis.
- 28 Luc Boltanski, *Le bonheur suisse*, Paris 1966, 29.
- 29 *Le Temps*, 23. 10. 2004.
- 30 Pro Helvetia, *Rapport d'activité*, Zurich 1984, 57.
- 31 Moshe Lazar (éd.), *Play Dürrenmatt*, Malibu 1983.
- 32 Cornelius Schnauber, «Schweizer Autoren in USA», *Neue Zürcher Zeitung*, 6/7. 2. 1982.



- 33 Hugo Loetscher, «How Many Languages Does Man Need?», in *Pro Helvetia Swiss Lecture-ship*, New York 1982.
- 34 AFS, 9510.6, 2005/338, vol. 67, Mise au concours pour le programme «Visiting Professorship of Swiss Studies, University of Stanford».
- 35 AFS, 9510.6, 2005/338, vol. 67, Lettre de de la Grandville à Pro Helvetia, Genève 15. 8. 1989.

## **Zusammenfassung**

### **Die «Swiss Attitude» auf Tuchfühlung mit Amerika. Der Weg zur kulturellen Präsenz**

Der vorliegende Beitrag untersucht die Rolle der Kultur in den Beziehungen der Schweiz zu den Vereinigten Staaten während des Kalten Kriegs und macht drei Phasen helvetischer Kulturpolitik aus: von der Förderung des nationalen Images in Amerika für politische und Handelszwecke über die Vielfalt der dieses Schweizbild bejahenden wie ablehnenden Stimmen bis zur Etablierung einer ständigen kulturellen Präsenz in den Vereinigten Staaten. Die verschiedenen Phasen schliessen sich nicht aus, sondern ergänzen sich vielmehr. Kultur ist nie losgelöst von politischen und wirtschaftlichen Intentionen, kann sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Rahmen des bilateralen Austauschs aber emanzipieren. Neue Wege werden beschritten, um Verbindungen zwischen der Kulturszene dies- und jenseits des Atlantiks herzustellen. Für die vielfältige Aktivität der Kulturvermittlung spielen die zahlreichen informellen Kontakte eine entscheidende Rolle. In sie fliesst auch die Darstellung des Anderen ein, eines Amerikas, dessen Modernität zugleich fasziniert wie abstösst.

*(Übersetzung: Birgit Althaler)*