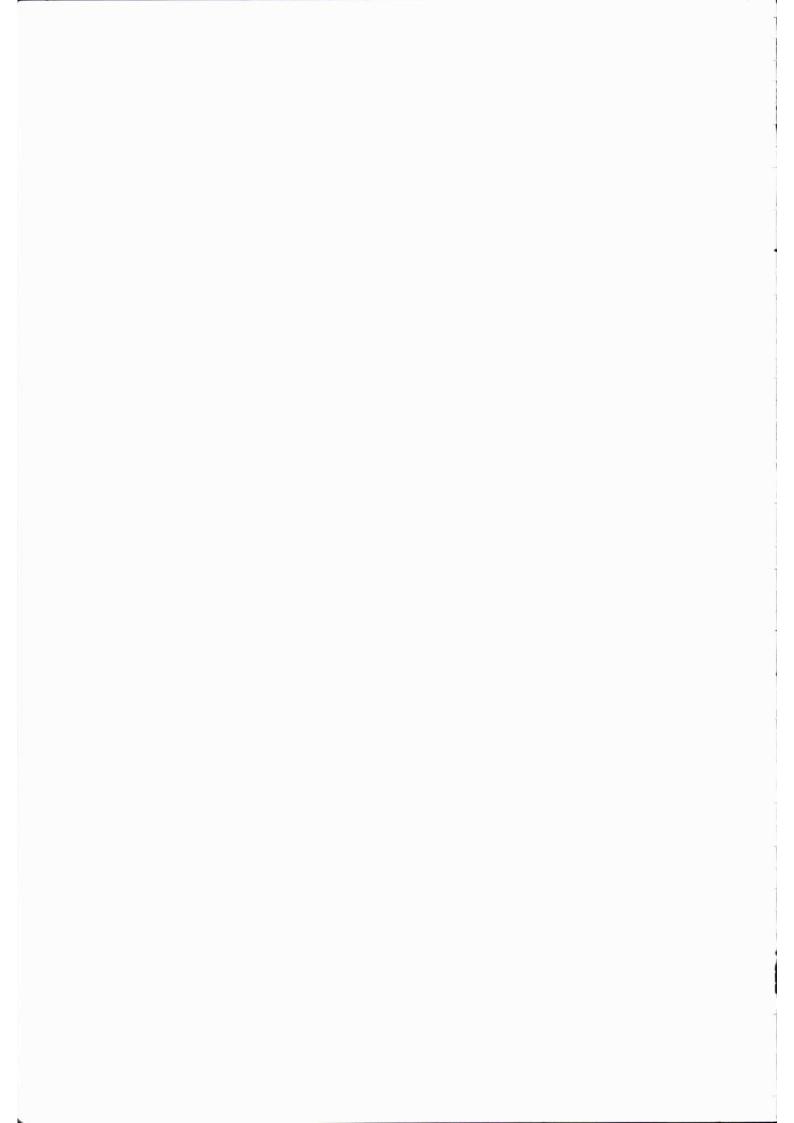
Projet culturel normand : l'affirmation d'une région.



la parole et l'ent...

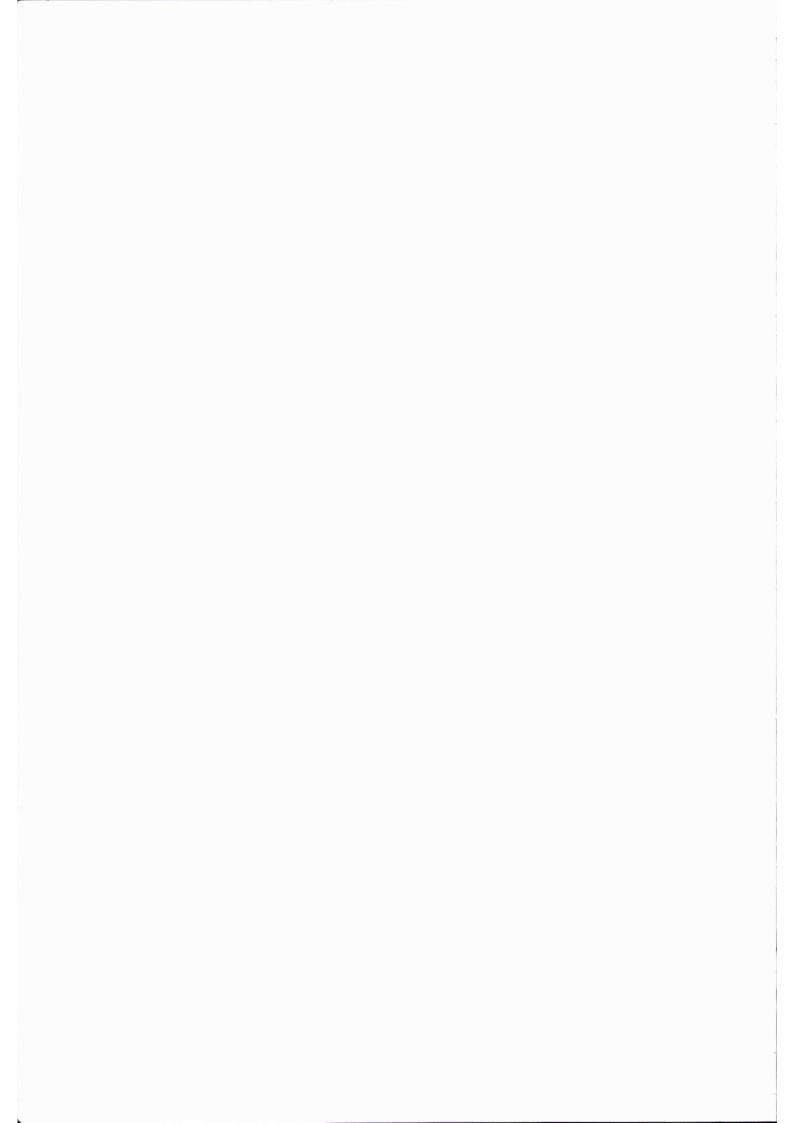
CONSEIL
ECONOMIQUE
ET SOCIAL
REGIONAL
DE HAUTENORMANDIE



#### CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL REGIONAL DE HAUTE-NORMANDIE

# Projet culturel normand : l'affirmation d'une région.

Rapporteur : Nicolas Plantrou, avec le concours de Michèle Guigot

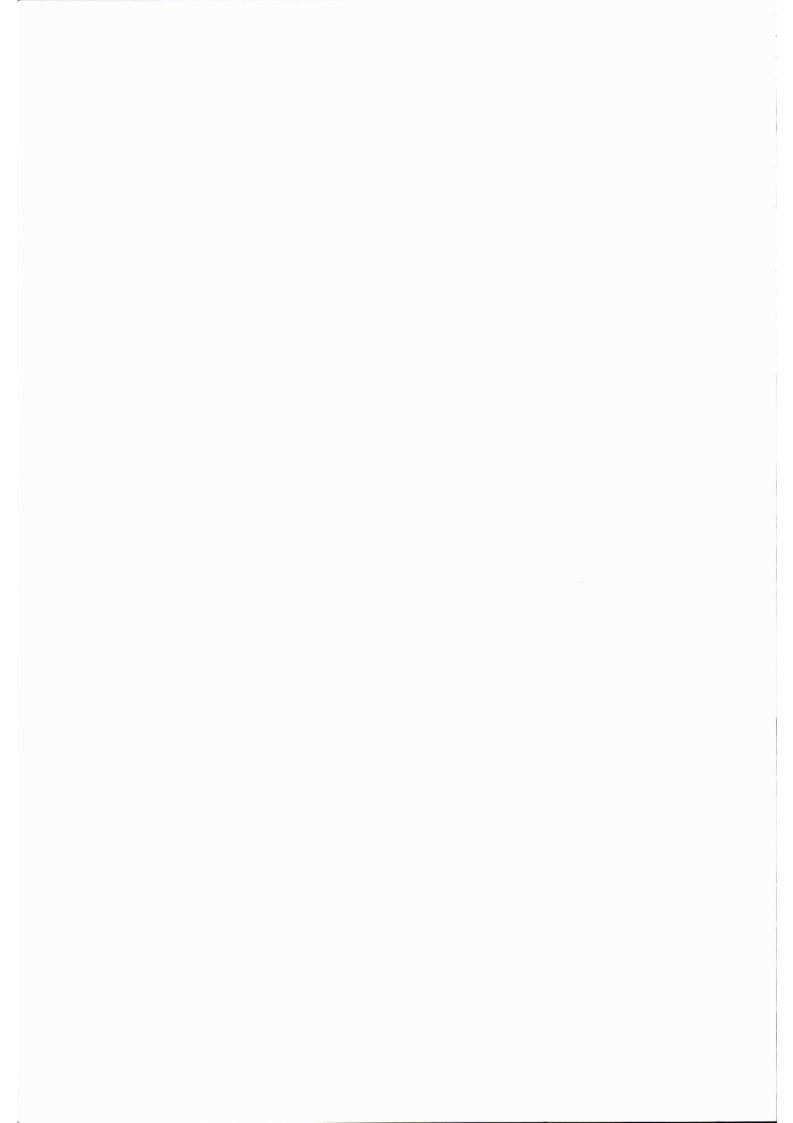


#### SOMMAIRE

Remerciements	page 1
Composition du groupe de travail	page 5
Introduction	page 7
Première partie :	
The state of the s	page 13
트레이트 (BONG) - 100	page 15
Composition du groupe de travail	
NORMANDIE / DIVERSITE, CONTRASTES OU CONTRADICTIONS ?	page 21
LA NORMANDIE ET SON HISTOIRE	page 21
Le poids d'un passé glorieux	page 21
	page 25
Y a-t-il deux Normandie dans la région ?	page 27
LA GEOGRAPHIE NORMANDE	page 29
Un espace normand	page 29
Un positionnement fort	page 30
LA SOCIETE	page 31
La mentalité	page 32
Le paysage socio-économique	page 36
L'ACTION CULTURELLE EN NORMANDIE	page 38
Le théâtre, la musique et la danse en difficultés	page 38
La Normandie, terre de peinture ?	page 41
Pas de logique culturelle pour le patrimoine	page 44
Lecture et bibliothèques	page 46
La culture scientifique et technique	page 48
EN NORMANDIE COMME AILLEURS	page 53
LA STAGNATION DES RESULTATS DE LA CULTURE ADMINISTREE	page 53
	page 53
De médiocres résultats	page 56
La culture comme service public	page 56
LA TENTATION DE L'ABANDON AU SECTEUR MARCHAND	page 57
LE PHENOMENE DE MONDIALISATION	page 59
LES GRANDES TENDANCES CULTURELLES NATIONALES	page 63
LES PRATIQUES ARTISTIQUES EN AMATEURS	page 66
LE ROLE DE LA PRESSE	page 68
UN CALENDRIER FAVORABLE	page 71
LA NECESSITE D'ETRE PRESENT	
AUX NIVEAUX NATIONAL ET INTERNATIONAL	page 71
Quel est ce rôle impalpable de la culture ?	page 73

LA LISIBILITE DE LA CULTURE	page 74
Les outils d'évaluation	page 75
Le Ministère de la Culture	page 76
Les Régions	page 78
UNE OBLIGATION DE REPONSE	page 80
Deuxième partie :	
LA CULTURE NORMANDE, UNE AFFAIRE DE VOLONTE	page 85
REFUSER LA FATALITE DES ANTAGONISMES	page 91
LA REALITE HISTORICO-GEOGRAPHIQUE	page 92
LES DIFFERENCES SOCIALES	page 93
LE SCIENTIFIQUE ET L'ARTISTE	page 94
LA CULTURE ET LA FETE	page 95
ENFERMEMENT ET OUVERTURE	page 97
PROPOSER UN PROJET POUR TOUTE LA POPULATION	page 99
RESPECTER LA DIVERSITE DE LA POPULATION NORMANDE	page 100
ACCEPTER LA DIVERSITE DES VALEURS	page 103
AVOIR UNE EXIGENCE DE QUALITE	page 106
DELOCALISER LA CULTURE	page 108
PERMETTRE L'EMERGENCE DES TALENTS	page 109
CREER UNE DYNAMIQUE CULTURELLE	page 111
CONSTRUIRE UN PROJET POUR UNE POPULATION IMPLIQUE	E
ET ACTIVE	page 113
LE BESOIN DE SE REALISER	page 113
LE BESOIN DE SE CONNAITRE	page 114
LE BESOIN DE LIBERTE	page 114
LE TERRAIN DE LA MODERNITE	page 116
RECHERCHER LA COHERENCE	page 121
ETRE EN COHERENCE AVEC SES RACINES	page 121
ETRE EN COHERENCE AVEC SON ENVIRONNEMENT	page 122
INTEGRER L'EXISTANT CULTUREL	page 123
ETRE EN COHERENCE AVEC LES GRANDS FONDEMENTS	
DE LA CULTURE	page 125
Troisième partie :	
UN PROJET CULTUREL POUR AFFIRMER LA NORMANDIE	page 129
MORPHOLOGIE DES VARIATIONS NORMANDES	page 135
L'ESPRIT ET LA REGLE	page 135
LES RAISONS D'ADHERER AU PROJET	page 146
LES PORTEURS DES VARIATIONS NORMANDES	page 148
MFCANISMF FT CALFNDRIFR	page 155

FORMATION ET ENCADREMENT COMMUNICATION LES BUDGETS EVALUATION	page 156 page 158 page 161 page 163
DES LIGNES DE FORCES CULTURELLES:  DYNAMISME ET SYNERGIES DE LA NORMANDIE  RICHESSES NORMANDES  La nature  L'héritage  L'expression et la création artistiques  Les sciences et les techniques	page 167 page 167 page 168 page 168 page 168 page 169
CINQ THEMES DE PREDILECTION POUR LES VARIATIONS NORMANDES  Une Année de l'eau Une Année de la lumière Une Année des patrimoines Une Année du mouvement Une Année de la parole et de l'écrit	page 171 page 171 page 176 page 182 page 191 page 199
Conclusion générale Petit florilège Sigles Bibliographie	page 207 page 213 page 217 page 219



#### REMERCIEMENTS

Les membres du groupe de travail tiennent à remercier particulièrement Madame Michèle GUIGOT, invitée permanente pour participer à l'animation des travaux et à la rédaction du rapport final.

Ils remercient les personnalités qui ont bien voulu apporter une contribution à leurs travaux :

- Monsieur Alain CHARPENTIER, directeur du service "Vie scolaire et affaires culturelles " au rectorat de Rouen "Formation culturelle et artistique : pédagogie et professionnalisation "
- Monsieur Jean-Marie DELISLE, ancien directeur du service qualité de la vie au Conseil Régional de Haute Normandie "Rôle et place de la Normandie dans les politiques culturelles"
- Madame Brigitte DUVAL, directrice de l'association Comellia " Quelle politique de l'écrit ? Rôles et missions des associations "
- Monsieur François DUVAL, directeur de l'ODIA
   "Création et diffusion culturelles en Normandie "
- Monsieur François GAY, géographe et Professeur des universités, spécialiste des questions régionales
  - "Panorama de l'image de la Normandie à travers les siècles "
- Madame Michèle GUIGOT, professeur agrégé, université de Rouen
  - "Les grands problèmes culturels du monde contemporain "
- Madame Hélène LAMARQUE, directrice de la galerie Artothèque
  - "La Normandie: terre de peinture"
- Monsieur Laurent LANGLOIS, directeur de Léonard de Vinci "Création et diffusion culturelles en Normandie"
- Monsieur Pierre LARGESSE, ancien conseiller municipal d'ELBEUF
  - "L'émergence culturelle au sein d'une société ouvrière "

- Monsieur Jean-Pierre LEFEVRE, président de l'association Comellia
  - " Quelle politique de l'écrit? Rôles et missions des associations "
- Monsieur Daniel MATTARD, rédacteur en chef de l'Eveil de Pont Audemer
  - "La culture dans la presse régionale "
- Monsieur Jean-Louis NIEL, directeur de l'association " Science-Action Haute-Normandie "
  - "Pour une culture scientifique et technique"
- Monsieur Jean-Pierre PICHARD, directeur du festival interceltique de Lorient
  - "Pourquoi des festivals? Ou le rôle des grands événements culturels"
- Monsieur Robert WEIL, président de l'ODIA
  - " Création et diffusion culturelles en Normandie "

Ils remercient également les membres du Conseil Economique et Social Régional qui ont participé aux travaux de ce groupe par leur contribution écrite ou orale :

- Monsieur Jean-Marie CARPENTIER " l'université : entre le livre et le web ? "
- Madame Arlette ECKENDORFF " la culture en amont de la maternelle "
- Monsieur Didier PATTE " la culture de Normandie : permanence et rayonnement d'une Région "
- Monsieur Max PINCHARD avec des réflexions et conseils sur la poursuite des travaux
- Monsieur Eric VALIN "l'architecture " "la communication "

Et enfin les membres du Cabinet du Président du Conseil Economique et Social de Haute-Normandie, ayant participé aux travaux :

- Monsieur Jean LEVEQUE, ancien directeur de Cabinet
- Monsieur Philippe KUNTZ, directeur de Cabinet
- Monsieur Grégory COUTURIER, ancien chargé de mission
- Madame Aline MOLARD, chargée de mission
- Madame Viviane BEAUPERE, secrétaire de direction
- Madame Marie-Jeanne LEVACHER, secrétaire

#### COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL

Monsieur Patrick BARBOSA

Monsieur Henri de BELLOY, ancien membre

Madame Annick BENOIT

Monsieur Jean-Marie CARPENTIER, membre du Comité de Pilotage

Monsieur Pierre DAFFNIET

Monsieur Henri DELEMER

Monsieur Michel DESNOS

Monsieur André DEZELLUS, ancien membre

Monsieur Roger DUCROTTÉ

Madame Arlette ECKENDORFF

Monsieur Patrick EDELINE

Madame Antoinette FLOUR

Monsieur Jean GONDONNEAU

Monsieur Pierre GOUESLAIN

Monsieur Michel LECUILLIER

Monsieur Bernard LEFEBVRE

Monsieur Jacques LELOUP, ancien membre

Monsieur Christophe LEROY

Monsieur Alain PATRIZIO

Monsieur Didier PATTE, membre du Comité de Pilotage

Monsieur Max PINCHARD, membre du Comité de Pilotage

Monsieur Nicolas PLANTROU, rapporteur

Monsieur Roger POULINGUE, président

Monsieur Philippe POURCHER, ancien membre

Monsieur Jean-Claude ROGER

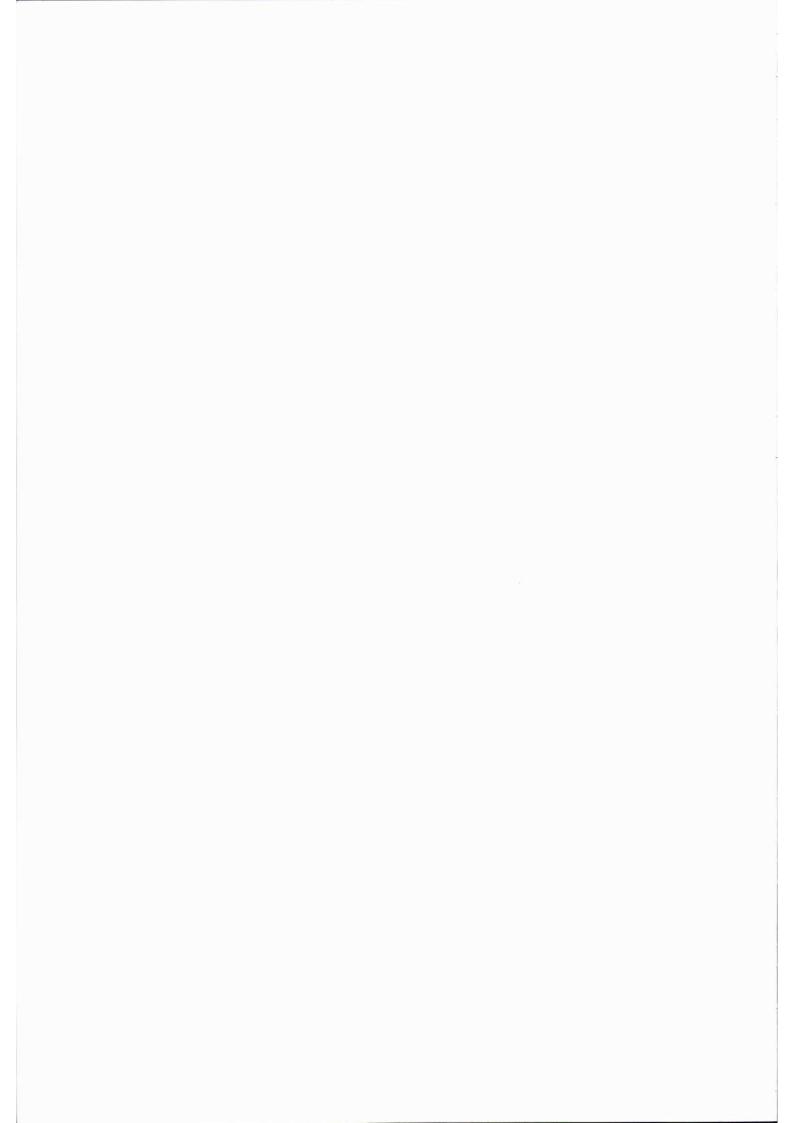
Monsieur Claude THOMAS

Monsieur Eric VALIN

Monsieur Philippe VICAIRE

Invitée permanente pour participer à l'animation des travaux et à la rédaction du rapport final, Madame Michèle GUIGOT.

# PROJET CULTUREL NORMAND: L'AFFIRMATION D'UNE RÉGION



Une réflexion sur la culture, lucide, exigeante et prospective, est aujourd'hui indissociable de toute action politique, quel que soit le domaine où celle-ci s'exerce.

Il n'est plus acceptable de considérer que le fait culturel ressortit à la seule sphère des beaux-arts et que, dans une vie fortement régie par les valeurs coercitives du profit, de l'apparence, du rendement ou de la consommation, il n'est qu'un luxe facultatif et aléatoire,

Face à cette nécessité un Conseil Economique et Social de Région, pour peu que le sujet culturel devienne une préoccupation récurrente et porteuse de détermination, est un lieu adapté pour mener ce travail. L'autosaisine du Conseil Economique et Social de Haute-Normandie "PROJET CULTUREL NORMAND : AFFIRMATION D'UNE REGION " est donc un aboutissement et une décision logiques d'une institution, qui dans son approche de tous les secteurs de la société, a ressenti l'âpre besoin de se positionner par rapport à la double problématique de la culture et de la Normandie.

En effet, les grandes données objectives de la mutation sociale d'une part, du profond changement du fait culturel d'autre part, enfin les enjeux considérables qui s'y rattachent ne permettent plus de faire l'économie d'une réflexion préalable à la mise en œuvre des actions.

Les sciences humaines, toutes spécialités confondues, et les enquêtes, au niveau de compétence où elles sont parvenues, ont montré, démontré et convaincu que le concept culturel est sorti

INTRODUCTION III 9

désormais de son académisme élitiste, qui le maintenait dans les limites de connaissances et de comportements individuels, esthétiques et intellectuels. La définition s'est enrichie, suivant en cela le processus de massification de la société, d'une dimension anthropologique, élargissant le champ culturel à l'ensemble des formes de comportements acquises et transmises par la société dans son permanent effort à se construire et s'organiser. Il faut aujourd'hui prendre en compte cette évolution.

De la même façon les pouvoirs publics doivent se positionner face à la mondialisation galopante : financièrement, politiquement, idéologiquement, la réponse doit être claire et les objectifs exprimés. Il est crucial pour les Normands, comme ce l'est pour les Alsaciens, les Gallois ou les Catalans, de savoir si leurs élus sont favorables à une solution culturelle exclusive ou dialectique, entre une culture identitaire assumée ou une mondialisation acceptée voire revendiquée. Les lois de décentralisation de 1982 - 1983 en matière culturelle sont restées vagues dans l'esprit et la lettre : une détermination plus forte de la Normandie est parfaitement envisageable s'agissant de dimensionner et d'étalonner une échelle régionale entre des villes, la nation et l'Europe.

Enfin il est apparu aux observateurs privilégiés que sont les Conseillers Economiques et Sociaux Régionaux que la Normandie souffrait - peut-être - de déficits culturels, - pour le moins - d'hésitations dans ses choix, - à coup sûr - d'un manque de lisibilité d'une identité, forte et moderne, en interne comme en externe, et que le moment était venu de s'engager dans une analyse et une proposition qui puissent servir un grand projet culturel régional. Et la conviction qui a présidé à la décision de l'autosaisine est que la

volonté et l'audace sont nécessaires pour passer à l'acte.

Il faut sortir du discours flou et récurrent sur la démocratisation de la culture et donner à la population les conditions effectives d'une culture appropriée, attractive et enrichissante. Il faut l'inscrire profondément dans le tissu social normand d'abord parce que c'est la mission même du service public que de servir le public, tout le public, avec l'argent public, ensuite pour que le lien avec l'économie, l'environnement, la vie de la société soit évident, naturel. La Normandie doit y développer d'autant plus de vigilance et de volonté que s'affirment à ses portes la montée en puissance des régions limitrophes (la Bretagne, le Nord, la Picardie) et le poids économique et démographique du Bassin Parisien.

La logique impose que soit donnée ici une définition du mot culture, qui va revenir si souvent dans ce rapport. Une double conviction a accompagné le travail de bout en bout :

C'est d'abord la conscience d'une forte polysémie dont on ne peut se départir complètement. Le mot culture désigne à la fois :

- Le fait d'une large et solide érudition dans les domaines variés où l'homme construit sa personnalité et sa vie, et telle qu'elle lui permet de comprendre son présent, son environnement, de mieux le vivre, de prendre parti, de préjuger d'un possible avenir, de se préparer à y prendre part : c'est s'abreuver à la source du savoir pour élaborer sa pensée et diriger sa vie.
- Le même esprit et la même finalité président à la deuxième acception de la culture, mais en réduisent le champ de fréquentation, d'interrogation, d'admiration, de réflexion au cadre traditionnel des lettres et des arts, consacrés à la production de la beauté signifiante et à l'expression d'une pensée et d'un idéal esthétique.

INTRODUCTION II 11

- La culture est aussi l'ensemble des productions et des comportements, appris et transmis au sein d'un groupe, d'un peuple, d'une communauté, affirmés comme spécifiques et fondateurs d'une identité.
- Enfin et de façon de plus en plus transversale et universelle, la culture de masse étend son champ d'influence. Fabriquée et contrôlée par le secteur marchand, elle ne laisse à ses adeptes que peu d'espaces de liberté d'où puissent surgir une pensée et une œuvre réellement affranchies des codes imposés.

Le mot culture ne prend donc son sens juste qu'en fonction du contexte où on l'emploie et de l'intention sémantique dont on le charge.

S'il fallait rassembler ces quatre définitions en une formule synthétique, on pourrait parler de la relation qu'un homme ou une communauté entretient avec les oeuvres de l'art, les productions de l'esprit et le patrimoine de l'humanité.

Mais ce qui est apparu évident et finalement structurant au fil de la réflexion et de la construction de cette proposition, c'est qu'au-delà de cette polysémie, la définition du mot s'est façonnée, modelée, forgée, pas à pas, par touches successives, par ajouts et ajustements, jusqu'à ce que le rapport tout entier devienne une longue définition de la culture, globale et dynamique. Elle se développe de page en page ; elle est à trouver plus dans l'énoncé d'un esprit de culture que dans le recensement de contenus. La culture est, plus qu'une grille d'actions, une attitude mentale des personnes et des pouvoirs publics.

# PREMIERE PARTIE

AU	T	$\mathbf{O}$	S	C	$\cap$	P	IF.	D	F	LA	N	IC	)R	119	1	AT	ND	IE
		$\smile$		$\mathbf{v}$	$\smile$							•		CT.	V		1	

## LE BESOIN D'APPARTENANCE ET DE COMPLICITE

L'une des mutations marquées qui affectent notre société est la montée de l'individualisme : chacun désormais est invité à se considérer comme un être unique et remarquable et à trouver le bonheur dans la réalisation et la valorisation de soi. Parallèlement au déclin de toutes les formes anciennes d'autorité (famille, école, église, pouvoir politique...) et au discrédit des hiérarchies, ce principe érige l'individu comme valeur en soi, selon des règles d'autonomie et de libre arbitre qui proposent l'accomplissement de chacun comme finalité de la collectivité : appropriation individuelle des biens de consommation, libération du corps et de l'esprit, satisfactions des désirs, recherche d'authenticité personnelle... Les médias participent à cette vague déferlante : la presse, le film, la télévision, le roman ne se lassent pas de raconter des vies, de promouvoir des destins privés, de fabriquer des héros, de " stariser " des anonymes ou de banaliser des vedettes, créant à l'envi des miroirs où chacun peut retrouver sa propre image.

Mais il faut se garder d'une confusion qui laisserait à penser que, dans cet univers égocentré, l'individu organise son identité en rupture avec tout lien social : l'individualisme au contraire est indissociable d'un processus de socialisation. C'est là un paradoxe : l'identité est autant la recherche de l'unicité qui distingue de la collectivité, que la quête de l'échange et de la ressemblance qui permet l'identification au groupe. Chaque individu assume ou choisit un certain nombre de rôles sociaux et dans ce jeu permanent d'interactions, intègre des groupes, des collectivités, auxquels il peut

s'identifier et au sein desquels il peut développer sa personnalité, son sentiment d'appartenance, sa culture. Chacun se détermine ainsi dans une relation aux autres et à son environnement.

Notre société a tendance à multiplier les sphères d'appartenance, concentriques ou complémentaires, professionnelles ou relationnelles, politiques ou humanitaires, culturelles ou géographiques, la dernière et la plus vaste proposition faite aux individus étant de se sentir citoyens du monde.

Dans cette offre multiple, les grandes institutions démocratiques, politico-géographiques (de la commune à l'Etat), accusent aujourd'hui un certain flottement dans la conscience individuelle et collective des Français ; elles restent néanmoins des repères définis dans les représentations mentales et sociales.

De plus, si les études sur l'évolution du sentiment d'appartenance à ces collectivités font apparaître une nette régression au niveau de la nation, elles révèlent un renforcement de l'identification des citoyens vis-à-vis des institutions de plus grande proximité.

Le message est clair : face à un Etat résolument tourné vers l'Europe et définitivement inscrit dans la mondialisation, le citoyen accorde volontiers ses faveurs à un territoire aux dimensions accessibles. Les régions ont manifestement un atout gagnant dans leur jeu : elles bénéficient du caractère stable et rassurant des puissantes anciennes provinces mais aussi d'une image moderne et dynamique du fait de leur création dans les années 60, des lois de décentralisation dans les années 80, des récentes politiques d'aménagement du territoire...

Un individu peut additionner, accumuler même, un grand nombre de groupes d'appartenance tant que ces adhésions ne déclenchent pas d'incohérence : les mobiles communs de l'identification à tous ses groupes, c'est le partage, sentiment qui s'enracine dans une histoire commune, des modes de vie communs, des goûts communs, bref une culture commune et l'appropriation de cette communauté au profit d'une identité personnelle.

# POURQUOI SE DOTER D'UN PROJET CULTUREL SPECIFIQUE ?

Si la Normandie veut pouvoir revendiquer une identité forte, qu'elle tiendra de la fierté de ses citoyens d'être Normands, si elle veut être reconnue pour ce qu'elle est et pas seulement pour ce qu'elle a été, elle doit développer une stratégie culturelle cohérente, identifiable, audacieuse, qui ne soit ni un projet passe-partout ni à l'opposé le produit d'un repli protectionniste.

Si la Normandie veut tout simplement continuer d'exister, contre la tentation insidieuse ou exprimée de découpages technocratiques, elle doit s'imposer par la force de sa culture et par le sentiment d'unité et de vitalité qui s'en dégagera. Cette confiance vient de la certitude que les Normands constituent la principale ressource stratégique de la Normandie : il faut mobiliser leur intelligence, leur énergie, leur esprit d'initiative, leur imagination, leur créativité.

Il n'est pas question de nier l'existant culturel de la Haute-Normandie, encore moins d'en ignorer les qualités : il s'agit

- de les repérer pour en renforcer l'impact
- mais surtout d'analyser les carences et les dysfonctionnements pour être en mesure de les rectifier
- · de l'enrichir et de l'intégrer dans un grand projet global
- enfin de proposer la Normandie comme objet et espace de culture, d'une part en valeur propre parce qu'elle le mérite bien, d'autre part en lien direct avec la programmation institutionnelle, plus tournée vers une culture indifférenciée,

interchangeable d'une région à une autre, sans accroche suffisante avec la réalité territoriale.

# NORMANDIE: DIVERSITE, CONTRASTES OU CONTRADICTIONS?

Aujourd'hui si l'on se pose la question " quelle est l'image culturelle de la Normandie ? ", la réponse ne fait pas apparaître une grande force ni une notable cohérence. Faut-il s'en inquiéter ou au contraire trouver, dans une certaine diversité, des éléments qu'il conviendrait alors d'identifier et d'organiser pour un meilleur usage et une plus fine perception ?

#### LA NORMANDIE ET SON HISTOIRE

Tant au niveau de la conscience des Normands eux-mêmes qu'au plan national et surtout international, l'image de la Normandie ancre sa force et son originalité dans son histoire.

Connaître l'histoire d'une région n'est pas seulement dater des événements et nommer des hommes qui s'y sont illustrés. C'est surtout comprendre comment une population, soumise tant aux agressions et aux influences extérieures qu'aux pulsions et aux volontés internes, se constitue et se modifie en permanence, déterminant et redéfinissant sans cesse le creuset dans lequel elle fonde sa mentalité et sa propre culture.

### Le poids d'un passé glorieux

Si l'impérialisme romain donne à la Normandie les bases de son unité, de son organisation et de sa culture, ce sont plutôt les invasions et leur apport de nouvelles populations qui vont être déterminantes dans l'élaboration de son identité. L'Eglise y joue un rôle fondamental d'intégration d'éléments disparates et c'est ainsi que s'ouvre dès le VI<sup>ème</sup> siècle l'ère des grandes abbayes, qui constitueront une marque si forte de la civilisation normande.

Parallèlement à la constitution puis à l'extension du duché de Normandie sous l'impulsion du chef viking Rollon, se développe tout naturellement, du fait de ce peuplement venu des pays nordiques, une mentalité d'ouverture et d'aventure qui tourne la Normandie et place son centre de gravité vers sa façade maritime et bien au-delà vers des contrées que ses flottes peuvent atteindre : les Normands, peuple du Nord, tout en maintenant le lien naturel avec les peuples scandinaves, combattent, commercent et s'installent en Méditerranée et au Moyen-Orient, mais portent aussi leurs regards et leurs forces sur le territoire d'Angleterre. Puissance politique, économique, la Normandie impose également sa culture, cet étonnant mélange parfaitement réussi d'héritage franc, de caractère scandinave, de chrétienté. Elle apparaît aux yeux du monde comme un état prospère : agriculture, économie, droit, administration, commerce... la Normandie est de plus en plus un modèle de civilisation. Celle-ci se manifeste par un art de vivre, une aisance, une sérénité, un équilibre, qui trouveront leur plus remarquable traduction dans l'architecture religieuse des XIème et XIIème siècles, donnant alors à l'art normand sa pleine définition. La clarté, la majesté, le gigantisme des églises normandes se retrouveront ensuite dans les plus belles réalisations d'Île de France, d'Angleterre, de Norvège ou d'Italie méridionale.

Avec cette remarquable organisation politique, cette image de stabilité et de richesse, cette force institutionnelle qu'est son tout puissant-Parlement, la Normandie se présente comme une région souveraine. Mais l'identité normande constitue alors une menace pour le pouvoir royal qui va progressivement assimiler la Normandie au prix de longues et récurrentes confrontations et d'un jeu compliqué de résistances et d'abandons d'une part, d'octrois et de suppressions d'autre part.

Les conflits religieux du XVIème et du XVIIème siècles ont dévitalisé la Normandie, en poussant à l'exil des familles entières de négociants, de banquiers, qui assuraient la vitalité économique de la région ; parallèlement s'est développée la volonté d'accroître les affaires, ce qui a poussé à l'expatriation de nombreux entrepreneurs. Du XVIIème au XXème siècles, les différentes décisions politico-administratives prises par le pouvoir central, acceptées avec un certain loyalisme par les Normands (scission de la province en deux puis trois parties autour de Rouen, Alençon et Caen, puis création des départements, enfin séparation en deux régions distinctes), ont été des étapes déterminantes dans l'affaiblissement de l'identité régionale, lequel peut s'expliquer logiquement par le caractère des Normands, fait de modération, de réserve, de prudence.

Cependant ce recul de l'image politique et collective est contrebalancé, à partir du XVII<sup>ème</sup> siècle et jusqu'à la fin du XIX<sup>ème</sup>, par une nouvelle représentation, fondée cette fois sur les individus : des personnalités remarquables vont accéder à la renommée nationale, justifiant la création de l'Académie des Sciences, Belles-Lettres et Arts de Rouen au XVIII<sup>ème</sup> siècle, s'exaltant dans l'extraordinaire mouvement d'érudition de l'Assemblée Normande d'Arcisse de Caumont dans les premières décennies du XIX<sup>ème</sup> siècle, et donnant de la Normandie une image culturelle brillante et novatrice. On les

rencontre dans le domaine des sciences, des techniques et de la médecine (Fresnel, Laplace, Charles Nicolle...), de la philosophie (Fontenelle...), de la politique (Tocqueville...), de la marine (Cavelier de la Salle...). Mais c'est surtout dans l'expression artistique que des Normands atteignent l'excellence. Des écrivains imposent au monde des règles d'écriture que seul le génie peut faire accepter : Corneille et la tragédie, Flaubert et le roman réaliste, Maupassant et la nouvelle, Maurice Leblanc et le roman policier... Des peintres bouleversent à jamais la vision de la nature, par l'audace de leur technique et de leur regard : Boudin, Monet, qui en initiant l'Impressionnisme magnifient les paysages normands et les donnent à découvrir au monde entier.

Pourtant l'image de la Normandie qui se développe au XIXème siècle est ambiguë. Elle est due surtout aux Anglais qui en pratiquant cette nouvelle activité qu'est le tourisme viennent visiter la Normandie, la découvrir et, pour un peu, la réinventer : récits de voyage, correspondances, tableaux... l'influence anglaise est le fait d'une élite cultivée qui définit une " normannité " par une triple approche :

- une curiosité pour la géographie et l'ethnologie : description de paysages observation sociale et psychologique, relevé des spécificités, des coutumes
- un intérêt, plus savant encore, pour l'histoire et l'archéologie normandes
- un goût pour le patrimoine et la création artistique, particulièrement lorsque celle-ci trouve son inspiration dans les rivages, le fleuve, la lumière, les abbayes, les ruines.

A cette vision noble de la Normandie, il faut ajouter un regard - anglais, mais aussi parisien - plus léger, plus ironique, porté par des touristes à la recherche de divertissements : c'est l'époque des " trains de plaisir " et de l'engouement pour les plages. Et c'est dans ce cadre que se constitue un certain nombre de clichés, qui figeront l'image normande dans son aspect rural, provincial, folklorique et pluvieux. Or le reflet dans ce miroir déformant, tendu de l'extérieur aux Normands, va être finalement accepté et adopté par les Normands eux-mêmes et s'ancrer durablement dans les esprits jusqu'à imposer ce stéréotype, patoisant, archaïque, méfiant, terrien, qui aujourd'hui encore occulte la grandeur passée d'une tradition d'ouverture.

S'ajoute à cela l'inévitable difficulté d'assumer le poids d'un passé glorieux, tangible en ses prestigieux monuments : ce patrimoine, s'il a légitimement instauré un esprit de protection et de conservation, a aussi développé une culture tournée vers le passé.

## Les souffrances du XXème siècle

Les stéréotypes ont la peau dure - par nature - et résistent - par définition - à la contradiction des faits.

Si aujourd'hui encore, et de façon tenace, la Normandie est représentée, en une magistrale simplification, par une fermette à colombages, flanquée d'une vache et d'un enclos de pommiers, c'est peut-être aussi le fait d'un jeu inconscient de compensation qui sublimerait obstinément l'image rêvée

- de la tradition (la chaumière comme foyer du bonheur),
- de l'opulence et de la bonne chère (la vache, le lait, la crème),
- de la protection et de la sécurité (l'enclos),
- de la nature intacte et généreuse (l'herbe verte et l'arbre en fleurs),

en l'opposant à une réalité beaucoup plus sombre et rude que le XX<sup>ème</sup> siècle a imposée.

Le déclin confirmé des grandes industries traditionnelles au sortir du XIX<sup>ème</sup> siècle, puis le choc de la révolution industrielle ont ébranlé durablement l'économie et les esprits, dépourvus de l'audace nécessaire à la mise en œuvre de reconversions. C'est une période déterminante dans l'histoire normande, tant humaine qu'économique (en particulier dans l'industrie textile), une cassure vive qui marquera la Normandie de manière indélébile.

Les destructions de la deuxième guerre mondiale ont été, dans leur extrême violence, autant d'outrages à la beauté, à l'harmonie, à la continuité, à la cohérence, à la vie. Même les années de reconstruction ont été vécues comme un temps de ruptures et de déracinements.

L'exode rural, en cette région si fortement attachée à ses modes de production agricole, son habitat, ses traditions, apparaît comme un phénomène social particulièrement marquant et douloureux. De plus les villes normandes évoluent dans le sens d'une paupérisation de leurs populations.

La proximité francilienne et parisienne renforce cette tendance par un jeu d'attraction qui conduit à une dévitalisation de la Normandie : le taux d'encadrement figure parmi les plus faibles de France, le nomadisme des cadres inquiète, le mouvement des "turbo-profs " continue, les intellectuels et les artistes choisissent la capitale, les sièges sociaux aussi... Or on ne peut s'impliquer dans une région, s'y attacher, jusqu'à la revendiquer, si l'on n'y habite pas, si l'on n'y réside pas le temps suffisant pour la connaître et l'aimer.

Enfin le XX<sup>ème</sup> siècle a bouleversé la réalité normande en imposant par la décentralisation industrielle une forte " image Seveso " : les différents palmarès de la qualité de vie et de l'environnement, que les médias proposent de façon récurrente, citent régulièrement la Normandie comme région d'insécurité et de pollution, malgré des efforts méritoires pour lutter contre cette situation.

Malheureusement les événements historiques, économiques et sociaux de l'époque contemporaine ont brouillé et affaibli l'image de la Normandie. Au plan national, les élites méconnaissent les spécificités et les atouts culturels normands ; en interne même, la perception qu'en ont les Normands reste floue. C'est finalement à l'étranger que la représentation de la Normandie s'énonce de la façon la plus forte et la plus vivace. Et ce rayonnement ne s'inscrit pas que dans les guides touristiques. Il résulte aussi, et pour une large part, de l'intérêt d'intellectuels pour qui l'expression " normannité " est signifiante : par exemple les recherches anglosaxonnes sur le Parlement de Normandie ou différentes études menées au sein d'universités américaines prouvent la permanence d'une image dynamique et porteuse.

### Y a-t-il deux Normandie dans la région ?

Des Etats-Unis, d'Angleterre, d'Allemagne, la Normandie est toujours appréhendée dans sa globalité et comme une entité dont les limites géographiques s'accordent avec une histoire, un caractère, une culture : même si celles-ci se déclinent ensuite en une évidente diversité de spécificités, même si l'on trouve du breton dans le sud de la Manche et du picard dans l'est de la Seine-Maritime, il existe une perception unitaire du territoire normand que la division

administrative en deux Régions n'a pas altérée.

Lorsqu'en janvier 2000 le groupe de presse régional Méaulle publie les résultats d'un sondage effectué par l'Institut BVA sur le thème de l'unification des deux Régions, on apprend que 65 % des Normands sont favorables à cette proposition et que seulement 15 % se prononcent contre. Au-delà du débat politique lié à cette question et sans préjuger des bénéfices économiques qui découleraient de l'union, il est important de comprendre que le regard que les Normands portent sur la Normandie rejoint le point de vue externe en termes d'appropriation culturelle : les Haut-Normands revendiquent aussi bien le Débarquement que les Bas-Normands le Pont de Normandie. Par ailleurs, sur dix domaines proposés par le sondage comme étant susceptibles d'évoluer sous l'effet de l'unification, le rayonnement culturel (à égalité de résultats avec le tourisme) s'inscrit en troisième position d'impact positif. C'est dire l'espoir que les Normands mettent dans le développement de leur culture, et le contresens qu'il y aurait à concevoir, en réponse à cette attente, un projet qui se voudrait l'affirmation de la seule région administrative Haute-Normandie, quand la population elle-même appelle de ses voeux une dimension élargie aux anciennes frontières.

Cette conviction se trouve confortée par les résultats positifs de quelques actions entreprises en commun par Haut et Bas-Normands :

- travaux communs des deux Conseils Economiques et Sociaux Régionaux
- échanges culturels au sein du réseau des trois grandes villes Rouen, Caen, Le Havre : Normandie-Métropole
- action élargie aux deux régions de l'Office de Diffusion

Artistique de Haute-Normandie

- existence d'un Comité Régional de Tourisme commun aux deux régions
- le Pôle Universitaire Normand

C'est pourquoi les analyses et les propositions de ce rapport, si elles s'appuient, par souci de réalisme et par respect des prérogatives de chacun, sur les données administratives et politiques de la Haute-Normandie, se situent délibérément dans la perspective d'une extension, logique et souhaitée, à la Basse-Normandie, dimension qui donnerait à cette proposition culturelle sa pleine valeur et sa parfaite efficacité. Même si dans un premier temps il peut être vu comme un avantage d'initier un tel projet dans le cadre restreint des deux départements Haut-Normands, à terme c'est la Normandie tout entière qu'il conviendrait d'irriguer, les choix d'objectifs, les modalités de fonctionnement, les options thématiques ayant été retenus, sans obstacle ni contradiction, dans la certitude qu'ils étaient applicables aux deux régions.

#### LA GEOGRAPHIE NORMANDE

### Un espace normand

Un regard sur la géographie d'une région n'aurait pas nécessairement sa place dans une étude culturelle si elle n'avait, comme en Normandie, pesé sur les hommes dans leur lent processus de civilisation et par conséquent dans leurs mentalités et leurs comportements culturels.

L'un des éléments perçus comme constitutifs de l'identité normande est sa réalité géographique. Une cohérence climatique et des limites naturelles (le Massif Armoricain, le Bassin Parisien, la plaine du Nord) déterminent un espace normand propice à l'élaboration d'un caractère commun. Pourtant on ne peut pas parler d'unité, ni de la géographie, ni des paysages, ni de l'organisation sociale qui s'y inscrit ; on peut même constater cette rupture qu'impose la Seine. Mais les Normands, dans leur profond attachement à la terre, ont su gérer la diversité, par leur commune capacité d'adaptation à leur environnement et une réelle habileté à tirer parti des ressources naturelles. Ils ont instauré une géographie de juxtaposition de pays, qui se présentent, dans leur continuité historique et leur cadre homogène, comme les pièces d'un puzzle de milieux divers, développant leurs spécificités dans un rapport de bon voisinage.

### Un positionnement fort

La longue façade maritime de la Normandie est un atout considérable dans le développement économique, social et culturel de la région : la Normandie est née de la mer ; elle y a puisé à toutes les époques ses souffrances et ses forces, sa puissance et ses rêves.

Le littoral normand est le plus proche de l'Ile de France et revendique clairement sa richesse artistique, son patrimoine et ses événements culturels.

La Manche, si aisément ouverte sur les côtes anglaises d'une part, sur l'Atlantique et la Mer du Nord d'autre part, n'est pas qu'un axe commercial parmi les plus fréquentés du monde : c'est une formidable potentialité d'échanges culturels.

De plus en plus on associe dans une même approche culturelle le goût pour les paysages remarquables, nés d'une géographie naturelle ou modelés par les hommes, et la représentation artistique qu'ils ont suggérée. En cela la Normandie est une région privilégiée dans l'énumération qu'elle peut faire de sites exceptionnels d'est en ouest et du nord au sud : la baie du Mont-Saint-Michel (inscrite au patrimoine mondial de l'U.N.E.S.C.O.), les longues plages de sable de la Côte de Nacre, les falaises du Caux, les boutonnières du Bray, les forêts, le bocage, les vallées fluviales, les landes, les marais. Tous ces lieux, parfaitement repérables en leur caractère esthétique et normand, sont aussi des vecteurs culturels forts, du fait :

- de l'implantation d'une architecture, grandiose ou modeste, mais identifiable dans sa spécificité : grandes abbayes, châteaux classiques ou forteresses, églises, manoirs, halles de marché, pigeonniers, corps de fermes, moulins...
- ou de l'appropriation de ces sites par les peintres, les musiciens, les écrivains, les conteurs, séduits jusqu'à l'inspiration.

Art, artisanat, industrie : on glisse aisément d'un domaine à l'autre ; et ce serait faire injure à la Normandie d'omettre cet élément culturel qu'est le patrimoine industriel, né de l'ingéniosité des hommes et d'une géographie favorable ; ainsi l'eau, en ses innombrables cours, a-t-elle permis l'établissement de manufactures, d'usines, dépendant impérativement de cet élément si généreusement présent en Normandie.

#### LA SOCIETE

Le comportement culturel des individus et des sociétés ne s'immobilise jamais en des formes figées ou des goûts définitifs. Il est en constant mouvement, suivant naturellement le rythme des évolutions et des mutations socio-économiques. Mais en même temps il se transforme à partir d'un socle commun, relativement stable sur le long terme et qui ancre l'histoire culturelle dans une certaine permanence.

#### La mentalité

Les provinces françaises ont pris conscience dans le courant du XIXème siècle de leurs particularismes, la Normandie plus tôt encore, et, avec une conviction variable et des résultats divers, elles se sont attachées à les revendiquer et les cultiver. Il ne s'agit pas d'affirmer aujourd'hui que tous les traits de la société normande sont des atouts favorables à un développement culturel ; il ne convient pas non plus d'en ignorer les mauvais aspects : le devoir de mémoire passe par une prise en compte d'une globalité, sociale, historique, culturelle, psychologique... Il faut tout assumer et avoir autant de courage à mettre en lumière les conséquences, sur la population, des effondrements économiques qu'a subis la Normandie (l'industrie textile à Elbeuf ou les constructions navales au Havre...) qu'on a de fierté à éclairer le Mont-Saint-Michel ou la Cathédrale de Rouen.

Une réflexion culturelle ne peut pas s'exonérer de l'analyse des mentalités de la population sur laquelle elle porte. Par ailleurs, les compétences de plus en plus fines des sciences humaines permettent aujourd'hui de dépasser la typologie sommaire du paysan normand, pingre et hésitant, et d'établir une carte d'identité qui, dans sa précision, permette ensuite de comprendre et de proposer.

Si un seul mot devait recouvrir communément les nuances psychologiques les plus spécifiques du tempérament normand, ce serait celui de sagesse : celle du sens des réalités, du refus des excès et des utopies, celle de la tolérance, de la prudence et d'une vigilante adaptation. Curieux mais refusant l'illusion, lucide, rationnel jusqu'au scepticisme, le Normand aime que la vie s'organise selon un ordre logique et rigoureux et pour cela ne ménage pas ses efforts, sa ténacité, à condition que soit préservée sa liberté.

Il faut admettre que certains traits de son caractère sont plu-

tôt en défaveur d'une recherche d'impulsion culturelle : le Normand révèle un esprit plutôt fermé, peu disposé envers autrui et peu communicant. Discret, méfiant, prudent jusqu'à l'indécision, il se montre réservé voire soupçonneux quand il s'agit d'accueillir un non-Normand (auquel on attribue même le statut reconnu de horsain) et il s'enferme volontiers dans son silence, son pessimisme, son fatalisme. Individualiste et indépendant, il sait où se trouvent ses intérêts, il a le sens de l'épargne, le goût de la procédure et un fort attachement à ses droits, ses biens, sa réussite. Le rapport à son pays, à sa terre, lié à son naturel de fidélité, se traduit par une stabilité qui peut aller jusqu'à l'immobilisme ; celui-ci était renforcé par un bien-vivre rural qui ne poussait pas jadis à s'expatrier vers la ville et le secteur industriel.

Le tempérament normand, tel qu'il est brossé ainsi à grands traits, ne pose pas les conditions idéales pour initier un projet culturel. Mais il doit être reconsidéré sous deux angles :

- 1 Il s'agit d'une base, à prendre en compte mais sujette à variantes et ajustements :
  - dans l'espace : des différences notables modifient le modèle selon que l'on évoque le Normand du bocage de l'ouest ou celui de la campagne de l'Eure, le paysan ou le marin, l'habitant de Vernon ou de Cherbourg...
  - dans le temps : nécessairement le caractère normand se modifie. Il peut s'enrichir de l'influence d'autres mentalités, par l'implantation de non-Normands en région, par la confrontation avec d'autres populations dans le cadre professionnel (du fait de la migration quotidienne entre la

- Normandie et l'Île de France). L'uniformisation systématique, véhiculée par l'urbanisation, les médias, l'école, gomme petit à petit les traits les plus saillants de tous les tempéraments régionaux
- par le fait de la volonté : un projet culturel peut être l'occasion d'affirmer un choix allant manifestement et explicitement à contre-courant d'une tendance. Par exemple rien n'empêche l'institution régionale de concevoir un projet culturel axé sur une fédération des énergies quand la mentalité locale va plutôt dans le sens de l'individualisme, ou de s'ouvrir à de nouvelles forces vives (les jeunes, les non-Normands) quand la tendance est plutôt à la fermeture : il convient d'être convaincu que l'action politique peut infléchir favorablement l'évolution des mentalités et de se donner les moyens d'y parvenir.
- 2 Sa connaissance lucide permet de provoquer la vigilance des décideurs et d'éviter les pièges :
  - de la frilosité : l'audace, manifestée pendant des siècles dans la vie économique, intellectuelle et artistique de la Normandie, a fait place au conformisme : que la Normandie ose ce qui ne se fait pas ailleurs!
  - de la soumission complaisante au parisianisme : la culture, orientée par le ministère ou la mode, n'est pas exclusive d'une culture plus originale, adaptée et enracinée.
  - de l'indécision : il faut sortir du schéma " un pas en avant, un pas en arrière " et donner aux Normands le temps d'adhérer à une proposition culturelle, sauf à passer pour la région des abandons (L'Institut du Verre, Les Rencontres

Photographiques de Normandie, Britanica, la résidence de Raoul Ruiz au Havre, Coups de Vent, L'affiche Culturelle de Normandie, Le festival Corneille, L'Année des Abbayes Normandes, Le Salon d'Art Contemporain de Rouen, L'Institut Européen d'Aménagement et d'Architecture, L'Ensemble Orchestral de Normandie...).

- de la peur des coûts : la culture n'est pas forcément onéreuse, même si certaines dépenses nationales en ont répandu l'idée. Il suffit parfois d'investir un peu plus ou un peu différemment pour "gagner "beaucoup plus ou beaucoup mieux. Par ailleurs les Régions ont les pourcentages de budgets culturels les plus faibles des collectivités locales : une évolution est envisageable.
- du localisme : l'attachement du Normand à son terroir est une réalité favorable mais ne doit pas l'entraîner à la dérive. Or l'on constate que la Normandie est marquée par une faiblesse en intercommunalité, organisée, quand elle l'est, selon des logiques strictement financières, et qu'elle présente des difficultés à passer d'une réalité contreproductive à une émulation coopérative. Il existe, de tradition, un jeu d'oppositions, stérile, alors qu'il pourrait être stimulant et fécond, entre la Haute et la Basse Normandie, le littoral et l'intérieur, Rouen et le Havre, Rouen et Caen... même si des amorces de coopération apparaissent comme autant de signes d'espoir : Normandie-Métropole, le Pôle Universitaire Normand, qui pourrait être un triangle d'or dans le développement culturel, une politique des pays, qui serait un excellent angle d'attaque de mise en œuvre d'un projet régional. De la même façon, le foison-

nement de la presse locale, hebdomadaire ou bihebdomadaire (plus de quarante titres pour la Normandie) marque la vigueur de l'attachement des Normands à l'actualité de leur région, mais la place des grands enjeux régionaux y est insuffisante. Les revues culturelles locales sont nombreuses, trop nombreuses ? (une quarantaine pour la Normandie dont une douzaine pour la seule Seine-Maritime) et se préoccupent prioritairement d'une culture patrimoniale pour un lectorat érudit et âgé ; seuls deux titres couvrent la Normandie dans son intégralité et aucun quotidien n'assume un rôle fédérateur et unificateur.

# Le paysage socio-économique

L'économie impose sa loi aux hommes et redessine sans cesse la société : la Normandie a subi ou voulu de profonds changements de son univers économique ; il en résulte des caractères sociaux plutôt défavorables aux critères habituels de la dynamique culturelle :

- la répartition de la population est déséquilibrée : la Seine-Maritime accueille les 2/3 des 1,8 million de Haut-Normands et 35 % de la population régionale se concentrent dans deux agglomérations, Rouen et Le Havre
- l'implantation d'un fort secteur industriel, en offrant de l'emploi requérant peu de qualification, a maintenu la population à un faible niveau de scolarisation et de formation professionnelle; actuellement la prise de conscience de ce déficit par les pouvoirs publics permet de commencer à redresser la situation
- cette sous-qualification induit un déséquilibre social, avec une classe ouvrière en forte proportion (plus de 6 points

- d'écart par rapport à la moyenne nationale) et un taux d'encadrement très faible, alors que l'on sait que c'est dans cette classe que la culture puise volontiers ses pratiquants
- salaires moyens inférieurs de 8 % à la moyenne nationale, fort taux de surendettement des familles, paupérisation croissante de la population (lisible par exemple dans l'augmentation du nombre d'allocataires du R.M.I. et l'exonération de l'impôt)... la Haute-Normandie détient aussi de tristes records : surmortalité, suicide des jeunes, chômage, alcoolisme, criminalité...

Les collectivités locales ne peuvent plus ignorer les caractéristiques historiques, économiques, sociales de leur population dans l'élaboration de leurs politiques culturelles ; elles ne peuvent plus faire comme si...

- comme s'il était indifférent pour un individu de vivre en Normandie, en Alsace ou en Auvergne : il faut adapter une partie de l'activité culturelle au territoire
- comme si les citoyens avaient collectivement une attente et une demande uniformes : il faut diversifier l'offre
- comme si chacun avait de facto les moyens de s'offrir la culture : il faut en rendre le coût individuel ou familial le plus supportable pour tous
- comme si tous les citoyens avaient une appétence innée et identique pour la culture : il faut les aider à y accéder
- comme si l'on pouvait mesurer le degré de culture d'une population à l'aune de la stabilité de quelques bilans rassurants : il faut cultiver l'insatisfaction...

Lorsque, dans la capitale haut-normande, un concert emplit les 800 fauteuils de la salle, ce résultat ne représente jamais que 0,14% du bassin de population.

Il faut s'imposer d'ouvrir les yeux sur la réalité du tissu social et d'adapter l'offre à la demande ou aux besoins, sans sombrer dans la démagogie ; il faut trouver les zones d'équilibre entre les capacités culturelles d'une population et une indispensable exigence de qualité, sans glisser dans le refuge de l'élitisme.

#### L'ACTION CULTURELLE EN HAUTE-NORMANDIE

Le répertoire des équipements et activités culturelles diverses a été effectué de façon systématique et rigoureuse par la Région et la Direction Régionale des Affaires Culturelles pour l'établissement du Schéma de Services Collectifs Culturels. Il a donc été choisi, dans le cadre de ce rapport, de dégager les éléments fondamentaux entrant dans la logique de réflexion et d'élaboration de la proposition culturelle du Conseil Economique et Social Régional.

# Le théâtre, la musique et la danse en difficulté

L'état de la production artistique en Haute-Normandie n'impose pas une image de netteté, de force ni de grandeur, même si elle peut rassurer par le côté quantitatif, des groupes constitués, des productions, des lieux de diffusion, des manifestations, ainsi que par le lien affectif entre les artistes et leur région, les artistes et leur public. En fait ce qui peut apparaître comme un foisonnement de créations et de programmations révèle malheureusement de nombreux points de faiblesse :

 une grande fragilité économique : sur la cinquantaine de compagnies théâtrales, la dizaine de compagnies chorégraphiques, la trentaine d'ensembles musicaux basés en Haute-Normandie et revendiquant le statut professionnel, la plupart travaillent dans des conditions économiques difficiles : dans le domaine de la danse et du théâtre, le budget des mieux dotés n'excède pas 1,5 MF par an ; les autres survivent avec une subvention de l'ordre de 300 ou 400 KF. De plus la reconduction des budgets est assujettie à l'obligation de produire : cette création annuelle, désignée comme priorité conditionnelle, consomme généralement l'argent, le temps, l'énergie des équipes au point de les entraîner à négliger les deux autres aspects fondamentaux de leur activité, la diffusion et la formation, qui, dans leurs modes variés, doivent permettre un travail plus ouvert, la rencontre d'autres regards, la confrontation avec de nouveaux publics.

le problème de la qualité : les compagnies sont le plus souvent constituées d'un petit noyau de deux ou trois permanents (metteur en scène, comédiens) sur lequel viennent se greffer quelques intermittents. Il est bien difficile dans ces conditions de tout assumer, non seulement sur le plan artistique et technique, mais aussi en termes de gestion, d'administration, de communication, de commercialisation. Ces micro-compagnies se sont souvent constituées par scission, cultivent volontiers leur côté tribal et revendiquent haut et fort leur indépendance artistique, et par rapport aux autres compagnies avec lesquelles des co-réalisations sont quasiment inenvisageables, et aussi vis-à-vis des théâtres eux-mêmes : ceux-ci finissent par s'écarter de la création locale, tandis que les compagnies cherchent à autoproduire leurs spectacles, entraînant les collectivités à jouer le rôle de coproducteurs. Le système est perverti, les moyens sont limités et éparpillés, le nombre de productions va croissant mais ne constitue pas une garantie de qualité.

- un moindre mal dans le domaine musical, et pourtant...: nécessairement formés et diplômés, les musiciens ont une activité multiple; professeurs de conservatoires ou d'écoles de musique, ils interviennent en concert dans diverses structures, modulables, à géométrie variable ; ils peuvent même, dans une démarche plus éphémère, se retrouver sur un programme choisi par affinités personnelles ou artistiques. Les ensembles, en présentant plus de souplesse, sont ainsi moins exposés. Néanmoins la programmation se cantonne au répertoire et la création d'œuvres demeure extrêmement aléatoire et de toute façon exceptionnelle, du fait du coût dû à la fabrication des partitions et au plus grand nombre de répétitions : un compositeur a fort peu de chances de pouvoir monter son œuvre et la présenter au public, alors même qu'il y aurait en Haute-Normandie des potentialités mais pas suffisamment de volonté politique ni de budgets.
- un rayonnement discret : il est difficile pour la région de prétendre se distinguer au niveau national, hormis par le Centre Chorégraphique National sis au Havre, encore que le caractère interchangeable des compagnies résidentes ne permette guère de revendiquer une paternité artistique. En interne elle peut compter sur la qualité de quatre structures régionales : l'Orchestre Léonard de Vinci, le Théâtre des Deux Rives (Centre Dramatique Régional), Le Volcan et le festival de musique et de danse Octobre en Normandie.
- un bon réseau de diffusion : le nombre de lieux de diffusion a considérablement augmenté. En tout entre cinquante et soixante établissements peuvent être recensés et se prévaloir d'une certaine solidité. Bien structurés, ils sont dotés de bud-

gets stables. A côté d'eux quelques salles municipales et quelques lieux de fortune mériteraient d'être aidés pour faire partie dignement du circuit culturel régional. Bien pourvue en scènes nationales (cinq), et dotée d'un Centre Chorégraphique National, la Haute-Normandie en revanche ne possède ni Théâtre National ni Centre Dramatique National, qui sont considérés comme les têtes de pont de la culture en région, aidée par l'Etat. Enfin une poignée de festivals, au rayonnement départemental pour l'un, local pour les autres, permettent de mêler productions régionales et extérieures.

### La Normandie, terre de peinture?

S'il est un domaine où la Normandie souffre d'une flagrante et étouffante contradiction, c'est nettement celui des arts plastiques. Jouissant d'un passé exemplaire, d'une renommée mondiale, d'une potentialité remarquable (collections, artistes, paysages, lumières...), la Normandie aujourd'hui stagne gravement.

• Le principe de bipolarisation sévit durement en peinture entre l'art figuratif et l'art abstrait. Le premier est globalement bien défendu, par les musées, par le public, par les peintres euxmêmes, et dans le cadre des pratiques en amateurs ; le second essuie une certaine indifférence de la population et des pouvoirs publics. La transmission artistique et culturelle s'est opérée pendant des décennies sur le seul capital de l'impressionnisme dans une euphorie qui évacuait toute possibilité de passer à autre chose. Surtout quand cette autre chose déroute jusqu'à l'incompréhension : l'abîme s'est creusé et aujourd'hui la population se

tient à l'écart de ce qui lui semble inaccessible. Elle n'a pas été éduquée à l'art que ses contemporains produisent, elle n'a pas reçu les clés d'accès aux codes qui lui auraient permis d'être en phase avec les oeuvres : elle est tentée de les rejeter et se réfugie dans l'estime de celles d'un autre temps (ou qui ressemblent à celles d'un autre temps) et qui rassurent par leur accessibilité. En fait ce n'est pas aimer la peinture d'un autre siècle qui est reprochable, c'est de ne pas avoir la liberté d'en aimer une autre. Les élus, craignant le ridicule de la confusion entre le talent et l'usurpation, en abandonnent tacitement le risque aux galeries privées et laissent ainsi en friche un pan entier de la culture. Il faut se préoccuper d'éduquer à l'art, il faut apprendre à lire et à élire un tableau, sinon la Normandie, terre illustre en peinture, deviendra une terre d'ignorance.

- Les manquements au devoir de culture : il existe une création contemporaine en Haute-Normandie, mais les musées haut-normands ne jouent pas leur rôle de vigie et ne lui apportent donc aucune caution, aucune crédibilité. En la tenant à distance, ils confortent la population dans la conviction que ces oeuvres ne sont pas dignes de pénétrer dans les hauts lieux de la culture. L'initiative est laissée au Fonds Régional d'Art Contemporain (F.R.A.C.) qui, en rupture avec la population, ne se préoccupe que d'avant-garde et privilégie l'art conceptuel sur le travail pictural, laissant souvent de côté le propos artistique et esthétique de l'œuvre.
- Par ailleurs, Rouen, jusqu'en 1992, accueillait un salon d'art contemporain, qui se tenait en même temps et sur le même site

que le Salon des Antiquaires. Il rassemblait une trentaine de galeries françaises qui faisaient la démarche de venir exposer leurs artistes. L'effondrement du marché de l'art en 1991-1992 n'a pas permis à cette manifestation de perdurer. Les institutions normandes ne se sont pas suffisamment mobilisées pour le soutenir et passer le cap de la crise : les galeristes se sont aujourd'hui détournés de la région.

- Les risques de confusion : il serait déplacé de considérer que les multiples salons d'arts plastiques, organisés en Haute-Normandie et portés par des associations, représentent à eux seuls l'art contemporain. Ces initiatives sont la marque d'une belle vitalité, d'un dynamisme sans cesse renouvelé et de l'engouement de la population pour la peinture, mais elles se limitent souvent à la production d'amateurs. Or en l'absence d'un contrepouvoir muséal, le public finit par oublier ou tout simplement ignore qu'il existe une expression " actuelle ", inscrite dans l'histoire de l'art et assumée par des artistes professionnels.
- Ni lieu, ni manifestation pour l'art contemporain. La Normandie a une faible capacité à faire émerger et faire connaître une innovation en matière picturale, sur son territoire et hors ses frontières, d'autant plus qu'elle ne s'est dotée d'aucun support : pas de musée d'art moderne, pas d'événement, pas de communication qui permettraient de capitaliser sur l'image de la peinture actuelle. Pourtant, il y a des potentialités :
  - une dizaine d'artistes normands ou ayant travaillé en Normandie sont susceptibles d'accéder à une reconnaissance internationale et d'être exposés aux côtés d'artistes consacrés

- par le marché
- des villes normandes jouissent d'une réputation picturale très favorable : Caen, Cherbourg, Deauville, Honfleur, Le Havre, Rouen
- des sites patrimoniaux ou des friches industrielles pourraient accueillir l'art contemporain : engagement esthétique, jeu de réconciliation, recherche de cohérence, des liens se tissent entre différentes époques, avec la beauté et l'émotion en partage.

La Normandie ne doit pas se contenter d'être un charmant jardin pour artistes parisiens. Elle a une actualité à défendre autant qu'un patrimoine. Elle doit fertiliser et révéler ses propres artistes et réconcilier, à son échelle régionale, la société avec l'art qu'elle produit.

# Pas de logique culturelle pour le patrimoine

Il est un autre domaine où la Haute-Normandie ne peut pas se contenter de la fierté de son lustre d'antan : celui du patrimoine bâti. Elle doit avoir pour lui une ambition plus grande que sa seule valeur décorative.

L'on peut porter un regard optimiste et avancer avec une satisfaction légitime le nombre des monuments classés ou inscrits ; l'on peut aussi avoir un point de vue pessimiste et considérer les chiffres qui disent l'état de dégradation des monuments et traduisent leurs considérables besoins en restauration. En fait le vrai propos de ce rapport est de convaincre que le patrimoine d'un village, d'une région, d'une nation n'est pas le bien inaliénable du tourisme : bien sûr qu'il convient de se réjouir que le patrimoine consti-

tue l'un des critères majeurs d'attractivité (pour les Normands euxmêmes, pour les Français en général, pour les 70 millions d'étrangers qui viennent chaque année sur le territoire français), bien sûr qu'il participe pour une très large part au bien-être des citoyens par l'apport esthétique et affectif qu'il confère à leur environnement. Mais ces deux valeurs ajoutées ne sont pas des actes culturels : le patrimoine doit être beaucoup plus que simple objet du regard. Il doit être raconté, expliqué, comparé, appris, compris, rattaché à la religion des hommes qui lui ont donné sa simplicité ou sa grandiloquence, au travail des hommes qui lui ont conféré sa nécessité, au génie des hommes qui l'ont érigé dans l'obsédant souci du progrès, tout simplement à la vie des hommes qui l'ont conçu, modifié, anéanti, restauré, transformé, au fil des ans et des siècles. La découverte éclairée du patrimoine ouvre toutes les portes de la connaissance de la vie.

L'analyse pourrait être affinée et précisée secteur par secteur ; elle risquerait d'être répétitive. Néanmoins deux domaines doivent être cités parce qu'ils sont insuffisamment pris en compte dans l'activité culturelle régionale :

• l'archéologie, pour ce qui concerne l'offre qui en est faite au public. Les Français aiment leur histoire, bien en deçà du passé folklorisé du XIXème siècle. La Haute-Normandie est une terre de populations anciennes où se sont mêlés ou succédés des peuples d'origine diverses ; Celtes, Romains, Francs, Saxons, Vikings... ils ont eu leurs modes de vie, leurs outils, leurs armes, leurs objets quotidiens. Les chantiers de fouilles sont fréquents, les découvertes passionnantes. Certes les musées jouent leur rôle de conservation. Est-ce suffisant pour mobiliser la population sur la compréhension de ses origines et de son histoire ?

l'architecture est aujourd'hui un domaine d'une grande ambiguïté. L'héritage doit préserver sa richesse et sa variété : il ne faut pas tomber dans le stéréotype très appauvrissant de la chaumière. En fait sa diversité vient tout naturellement des matériaux localement exploitables et de leur utilisation dans la construction. Il existe des styles différents selon que l'on bâtit en silex, en granit, en briques ou en pisé. Ils ont une raison d'être et une logique; ils ont fondé l'identité normande, qui n'échappe pas au regard. Ils ont obéi à des règles qui ont contribué à créer une esthétique. Mais la tendance aujourd'hui est à l'uniformisation des constructions, à l'acceptation du laid et du dénaturé au bénéfice de la technique pure. Le style de l'habitat moderne et populaire (zones pavillonnaires, logement collectif des banlieues) est une démission de la structuration esthétique et identitaire de l'environnement. L'échec actuel de l'architecture vient de son caractère répétitif et dépersonnalisé. Si les pouvoirs publics ne se ressaisissent pas et ne redonnent pas à l'architecture tout son pouvoir de création et d'intégration dans l'environnement (harmonie des matériaux, des couleurs, logique des volumes et des formes...), l'architecte pourra laisser sa place à l'ingénieur.

### Lecture et bibliothèques

Au cœur battant de la culture, il y a la lecture. A la fois un but et un moyen, la pratique de la lecture doit être particulièrement favorisée comme champ de liberté et voie royale d'accès à toutes les connaissances. Pour garder toute sa dimension à ce domaine culturel privilégié et pour en avoir une juste vision régionale, il est souhaitable de porter le regard sur l'ensemble de la chaîne du livre, de l'auteur au lecteur et d'observer ce qui se passe tant dans le secteur public et associatif que dans le secteur marchand. En revanche il convient de faire le départ entre la lecture comme pratique culturelle relevant d'une démarche individuelle et constructive, et la lecture comme apprentissage, domaine réservé de l'école, même si de plus en plus s'imposent la terrible réalité de l'illettrisme et la nécessité d'un rattrapage qui peut être mené de façon conjointe.

La Normandie est de tradition terre d'écrivains et n'a pas été un simple décor pour leur vie ; elle a le plus souvent nourri leur inspiration et constitué la matière même de leurs livres. Logiquement, elle a donc été particulièrement dynamique et productive en matière d'édition : calligraphie d'abord à partir des abbayes, imprimerie ensuite dont le rayonnement national a duré des siècles. Mais la réalité contemporaine est moins brillante. Même si la Haute-Normandie est plutôt bien placée en nombre de librairies (une cinquantaine, mais ce chiffre est en déclin) et d'éditions (une vingtaine), leur santé économique est souvent fragile : dans cette position inconfortable entre marché et culture, le champ de l'économie du livre n'est pas soutenu :

- pas ou peu d'aides à la création
- pas ou peu d'aides aux entreprises d'éditions (publications d'ouvrages, traductions, revues)
- pas d'aides à la diffusion, à la distribution.

### Le livre ne bénéficie guère de promotion :

 pas ou peu d'aides aux éditeurs régionaux pour participer à des salons ou se faire connaître hors-région (exception faite de l'aide attribuée à l'association Comellia pour représenter la Haute-Normandie au Salon du Livre de Paris et pour la parution du répertoire des éditeurs de Haute-Normandie)

• peu d'aides à la librairie pour l'organisation de manifestations littéraires.

En revanche la Haute-Normandie est dotée d'un assez bon réseau de bibliothèques / médiathèques / bibliobus, gérés par les collectivités ou des associations et développant une offre culturelle de proximité de type thématique (le conte...) ou en direction de publics choisis (les enfants...). Cette offre reste néanmoins insuffisante : elle doit s'intensifier et veiller à permettre un quadrillage systématique de tout le territoire et de tous les publics.

Il y a donc un hiatus, presque un paradoxe : l'attention semble assez soutenue en lecture publique, mais elle est quasi inexistante en amont. Nombre de Régions se sont dotées de dispositifs d'aide à la création d'entreprises, de soutien à l'emploi dans ce secteur en récession. Les maisons d'édition haut-normandes, souvent exploitées par une seule personne, manquent de moyens et d'outils de développement. Elles relèvent plus de l'artisanat que de l'entreprise et n'ont guère la capacité de prendre des risques. Le rôle des pouvoirs publics n'est-il pas de reconsidérer l'aspect culturel de l'édition régionale dans ce qu'elle peut insuffler de vitalité et d'affirmation à la région ?

# La culture scientifique et technique

Même si le siècle des Lumières a voulu honorer les sciences et les hisser au niveau des beaux-arts en tant que marques de l'intelligence humaine et outils de civilisation, ce n'est que depuis les années 70 qu'en France est posée la question de la culture scientifique. Cette préoccupation s'est affirmée grâce au développement sans précédent de la recherche et des technologies qui progressivement font apparaître de nouveaux enjeux, engendrent de nouveaux comportements et modifient la donne économique, sociale et culturelle. Face aux progrès exponentiels de l'humanité, l'homme doit apporter des réponses à son besoin de contrôle et de maîtrise de sa propre évolution et de son devenir, dans un contexte de compétition mondiale. Quels sont par conséquent les droits et les devoirs des scientifiques et des politiques face à l'ensemble de la population ? La Haute-Normandie du fait d'une tradition scientifique et d'une implantation industrielle particulièrement fortes est tout-àfait concernée par cette question, mais elle y répond avec une trop grande timidité.

Simultanément au projet (1978) puis à la création (1986) de la Cité des Sciences et de l'Industrie (Paris-La Villette), l'Etat a favorisé l'émergence de structures régionales de diffusion, les C.C.S.T.I. (Centres de Culture Scientifique, Technique et Industrielle) ; or ce n'est qu'en 1996 que le centre haut-normand voit le jour, sous l'appellation Sciences-Action Haute-Normandie ; la Région est l'une des dernières à se doter de cette structure. L'association a le mérite d'exister et a pu mettre en place des actions de qualité et initier une politique de partenariat. Mais c'est très insuffisant :

- le maillage régional permettant l'irrigation de tout le territoire est encore très lâche
- partenaires publics et privés sont insuffisamment impliqués, en particulier le milieu industriel, qui possède un remarquable patrimoine en histoire des techniques dans les domaines très variés de la pétrochimie, de la construction aérospatiale, de l'automobile, de la pharmacie

- il n'existe pas de site qui permettrait d'identifier clairement une volonté culturelle : lieu de rencontre, de communication, de ressources, de pratiques, de formation...
- pas d'événement-phare non plus pour couronner ponctuellement les actions d'expositions et d'animations engagées
- et peu de communication en externe, que ce soit en direction des grands médias nationaux ou du fait d'une très faible utilisation des techniques d'information et de communication (T.I.C.).

La Haute-Normandie, qui s'est structurée autour des systèmes complexes de nouvelles industries, n'offre pas à sa population, notamment à ses jeunes, la possibilité de se les approprier sur le mode humaniste et d'aborder les questions de la technologie sous un angle différent de celui qu'adoptent les formations professionnelles : un véritable programme culturel doit proposer une grille de lecture facilitant la compréhension de l'environnement et l'adaptation des populations aux modifications technologiques et à leurs conséquences. La Région doit définir une stratégie globale, dans le domaine de la culture scientifique.

En synthèse de ce panorama et pour avoir une lecture transversale critique de l'action culturelle en Haute-Normandie, on retiendra:

 un grand déficit de valorisation de soi
 La Normandie ne s'aime-t-elle pas au point qu'elle s'exclut elle-même de sa propre culture? N'est-ce pas cependant le rôle premier de la culture que d'aider la population dans sa compréhension du monde, à commencer par celui qui l'entoure, dans le temps et dans l'espace? De plus la Normandie communique peu ou mal...

- un manque d'envergure et de persistance Il y a en Normandie comme une peur à voir grand, une obsession du raisonnable et peut-être une appréhension à se confronter au regard extérieur et finalement une impuissance à se positionner fièrement sur l'échiquier des régions ; et lorsqu'une action ou une organisation culturelles ne donnent plus satisfaction, on préfère l'abandonner que de la repositionner et la redimensionner, pourquoi pas en lui donnant une force plus grande à travers un projet plus fort.
- un faible pouvoir d'accommodation
  Les pouvoirs publics prennent insuffisamment en compte la
  réalité et l'évolution sociale de la Normandie et n'adaptent
  pas leur offre à des attentes évidentes ou à des objectifs légitimes, ainsi d'ailleurs qu'à la combinaison des deux; un fossé
  se creuse entre la population et l'offre culturelle, entretenant
  l'idée de l'inaccessibilité de la culture.
- un manque d'accompagnement de la population dans une démarche artistique et culturelle
  - tant des artistes professionnels eux-mêmes auxquels peu ou pas de stages ou de possibilités de formation continue sont offertes
  - que des amateurs, presque toujours contraints de ne compter que sur eux-mêmes dans leur pratique ou leur volonté de progression (sauf peut-être dans le cas des écoles de musique)
    que du public en général qui doit souvent ajouter à l'exclusion géographique ou sociale une révocation intellectuelle; or il est injuste et inutile de déplorer un manque de curiosité et d'intérêt pour un concert ou une exposition de la part de per-

- sonnes qui n'ont jamais été ne serait-ce qu'initiées à un domaine culturel.
- un manque de considération pour les associations Il ne s'agit pas ici des associations qui reçoivent des pouvoirs publics une délégation pour le seul intérêt technique d'une souplesse de gestion, ni des associations qui se voient assigner une mission et un budget pour assumer strictement l'un des objectifs d'une politique culturelle. Le manque de dialogue concerne ces regroupements d'amateurs, de passionnés, de bénévoles, de toutes conditions et de grande discrétion, qui s'impliquent souvent sans compter ni leur temps ni leur argent pour vivre leur engagement au quotidien et ensemble. Ils sont pourtant le terreau d'une culture de proximité dans lequel une politique culturelle régionale peut plonger de profondes racines.
- le manque de fédération dans la structuration culturelle
   La Normandie ne met pas en place suffisamment de réseaux,
   de maillages, sous quelque forme que ce soit (liaisons informatiques, échange de fichiers de publics, coproductions, rencontres, concours...); ce déficit impose une image de sectorisation, de fragmentation, de cloisonnement (à une époque où la porosité des cultures et des publics est de plus en plus grande) et prive la culture normande de globalité, de convivialité, de cohérence.

Un projet culturel normand doit nécessairement intégrer ces réalités, en valorisant la logique régionale sur le discours parisien, en choisissant la lucidité même si elle est douloureuse, en optant pour le volontarisme et la détermination, condition sine qua non.

### EN NORMANDIE COMME AILLEURS

Une volonté d'inscrire un projet culturel dans une cohérence et une affirmation régionales se doit de prendre en compte les indicateurs qui émanent d'une analyse des réalités nationales et d'intégrer dans la réflexion les tendances qui aujourd'hui caractérisent le comportement culturel des Français en général.

Il convient dans un premier temps de les répertorier, ensuite de se déterminer par rapport à chaque aspect de cette évolution pour être finalement en mesure, non de subir, mais d'agir, avec lucidité et responsabilité.

# LA STAGNATION DES RESULTATS DE LA CULTURE ADMINISTREE

Lorsque les pouvoirs publics ont décidé d'engager des actions d'évaluation de leurs propres politiques culturelles (ce qui est assez récent), les résultats ont provoqué une grosse déconvenue. Il est apparu désormais lisible que cette grande entreprise de démocratisation de la culture, mise en œuvre depuis un demi-siècle, a finalement échoué. L'enjeu était considérable et exaltant mais reposait sur la grande contradiction du plus large public et de la plus haute exigence artistique, intellectuelle et morale.

# Historique de l'échec

Pour comprendre cet échec et n'y point retomber dans l'avenir, il faut signaler et analyser trois aspects déterminants de l'esprit dans lequel se fait la culture publique depuis la création du Ministère des Affaires Culturelles en 1959 : 1 - Celui-ci est né d'une rupture avec l'Education Nationale, qui jusqu'alors portait en son sein le Secrétariat d'Etat aux Beaux-Arts. Plus opportuniste que réellement préméditée, cette séparation était, certes, une mise en autonomie de la culture, qui allait pouvoir jouer un rôle actif, en mouvement et en prise directe sur le public ; malheureusement, ce fut, dans les faits, une façon symbolique et concrète de couper aux citoyens la principale voie d'accès à la culture qu'est l'initiation par l'éducation et l'apprentissage.

Face à la carence de l'Education Nationale en matière de formation artistique et culturelle, les collectivités territoriales mettent en place des systèmes de substitution, qui sont pour l'heure des solutions de rattrapage, louables et efficaces, mais nettement insuffisantes. Or étendues, systématisées, organisées, structurées et confiées à des spécialistes et des professionnels, ces actions dites de sensibilisation pourraient devenir une véritable ligne de force d'une politique culturelle globale.

2 - La culture, dans cette soudaine émancipation, n'a pas su se dégager de la triple centralisation à la française : politique, administrative et financière. Même si à partir des années 70 on assiste à une forte municipalisation de la culture, même si les Régions ont pu avoir un temps l'illusion d'un transfert de compétences et de financements, en fait la politique culturelle demeure l'affaire de l'Etat, préoccupé par ses grandes institutions nationales et la construction de grands équipements culturels concentrés sur la capitale. Multipliant ses propres domaines d'intervention, amplifiant son principe de subventions à la vie artistique professionnelle, maintenant le système institutionnel qui lui donne les moyens de contrôle et d'influence sur ce qui dépend en fait des pouvoirs

locaux, il est peu enclin à se dessaisir de ses prérogatives et de ses budgets.

Face à un pouvoir central qui ne montre pas suffisamment sa volonté de promouvoir la culture en régions et la culture des régions, l'institution régionale doit affirmer sa conviction culturelle en imposant ses choix, en réclamant avec détermination ou en mobilisant elle-même les financements nécessaires à leur mise en œuvre, revendiquant clairement et légitimement une compétence, une réelle connaissance du terrain, une relation directe avec les citoyens, une proximité féconde avec les artistes et avec le public, une observation scrupuleuse de leurs attentes et de leurs besoins, toutes conditions indispensables à une efficace démocratisation culturelle.

3 - Enfin sur un troisième point et dès sa création le Ministère des Affaires Culturelles a condamné la culture à échouer dans son ouverture vers la population. Malgré la mission autoproclamée de "rendre accessibles les oeuvres de l'humanité {...} au plus grand nombre possible de Français ", malgré la décentralisation et la démocratisation apparentes que représentaient la construction et le conventionnement des Maisons de la Culture, le Ministère en sa première expression, puis bon an mal an ceux qui lui ont succédé, se sont mis en situation de rupture avec la population par deux attitudes dommageables :

- en ne s'intéressant qu'à la très haute expression artistique, difficile jusqu'à l'hermétisme, surtout dans les domaines des arts plastiques et de la musique, déterminant ainsi une culture " officielle "
- en n'accordant aucun crédit, moral et financier, à l'amateurisme, au point que le mot est désormais très négativement connoté.

#### De médiocres résultats

Il s'agissait donc d'amener tous les Français à fréquenter les beaux-arts ; des données objectives pouvaient laisser à penser qu'elles auraient un effet mécanique d'élargissement du public : élévation du niveau scolaire, forte augmentation des budgets et donc de l'offre culturelle, stratégies de communication, médiatisation de la culture.

Or depuis 50 ans les chiffres restent tristement stables :

25 % des Français ne sont jamais allés visiter un monument historique

25 % ne sont jamais allés visiter un musée

50 % ne sont jamais allés au théâtre

60 % ne sont jamais allés dans une galerie d'art

70 % n'ont jamais assisté à un concert classique

75 % à un spectacle de danse

80 % à un concert de jazz

85 % à un opéra.

L'accès à la culture classique reste le fait d'une minorité : ni le nombre ni l'origine sociale des pratiquants culturels n'ont évolué depuis trente ans. Globalement on peut estimer à 8 % le nombre de Français qui ont une pratique culturelle, forte et régulière, et à 23 % les Français qui s'impliquent avec plus ou moins de régularité. Et ces deux groupes se recrutent obstinément parmi les Français diplômés et jouissant d'une aisance sociale.

# La culture comme service public

Face à de tels résultats, les pouvoirs publics doivent se reposer les questions fondamentales :

comment définir ce qui est bon pour la collectivité ?

- quels sont les critères justifiant les choix de financements ?
- à quoi, pour qui et pour quoi doit servir l'argent public ?...

Il n'est pas aisé, chacun en convient, de répondre, d'autant moins quand il s'agit de s'engager dans un monde dont les mutations ouvrent sur des incertitudes majeures : quel est le devenir des structures sociales traditionnelles ? quels bouleversements, psychologiques et sociaux, va entraîner l'usage massif des technologies ? quelles nouvelles inégalités ces pratiques risquent-elles de générer ?...

#### LA TENTATION DE L'ABANDON AU SECTEUR MARCHAND

Les pays industrialisés développent depuis les années 50 une culture de masse, pilotée par l'économie de marché, qui substitue à la culture administrée une offre de loisirs, à une démarche culturelle l'accès aux produits de consommation. Cette nouvelle culture est présentée par la publicité et relayée par les médias comme garantie du plaisir et du divertissement. Ce phénomène, qui tend plus à écarter l'individu de lui-même (di-vertir) qu'à le ramener à l'intériorité de sa réflexion, séduit de plus en plus la population et la culture de masse étend son champ d'influence. Elle s'appuie sur l'outil technologique (matériel hi-fi, micro-informatique...), médiatique (télévision, magazines, réseau Internet...), industriel (CD, cinéma...) et les " parts de marché ". Elle est à la fois la démocratisation de la culture qui supprime les inégalités en mettant le livre de poche à portée de tous les revenus et la télévision dans tous les foyers, et la dérive de la culture qui renonce à l'exigence didactique, esthétique, intellectuelle, au profit de la distraction et de l'audimat.

Elle instaure des confusions que les pouvoirs publics subissent avec plus ou moins de lucidité et de conscience ; ils sont à la fois séduits par

- une démocratisation réussie
- un formidable potentiel économique
- des résultats de fréquentation ou d'acquisition en hausse constante
- l'éclectisme des goûts du public
- le pouvoir de sociabilité de ces nouveaux modes d'expression.
   Mais en même temps, ces mêmes pouvoirs publics s'interrogent sur les risques de médiocrité qui peuvent affecter ces nouvelles pratiques :
  - · la loi de la facilité plus que la discipline de l'effort
  - la dépendance aux médias, qui promeuvent les artistes, les goûts, les modes, les pensées et ne favorisent guère l'indépendance intellectuelle
  - la confusion entre culture et divertissement, qui se manifeste magistralement dans l'explosion, sous une forme plus ou moins dégradée, du phénomène de la fête et dans l'usage que les Français font de la télévision et du cinéma, considérés comme de puissants éléments culturels et capables du meilleur comme du pire
  - la déhiérarchisation des valeurs, esthétiques et morales : toute expression populaire acquiert de facto un statut artistique, qui exonère l'individu d'une réflexion sur le beau et le bien.

La tentation pour les pouvoirs publics serait d'abandonner au seul secteur privé la gestion marchande de cette nouvelle culture. Ce serait se couper gravement de toute la jeune génération qui aujourd'hui redéfinit empiriquement la culture et explore de nouveaux territoires ; ce serait à terme renforcer le cloisonnement social des univers culturels en ne se préoccupant que d'une infime partie de la population.

#### LE PHENOMENE DE MONDIALISATION

Il n'est plus possible d'agir en politique et en culture sans se déterminer par rapport à la mondialisation, pour le moins sans être conscient des enjeux pour les individus, les territoires, les sociétés, les nations, la démocratie.

La mondialisation économique et technique s'opère aujourd'hui en uniformisant les paysages culturels.

1 - Elle est d'abord une réalité de type commercial aux mains de quelques multinationales. Ce qui pendant un temps a été une démarche de production en masse de biens de consommation a changé de nature et concerne aujourd'hui davantage une invasion du monde fondée sur l'information et le développement d'une industrie de loisirs : c'est le processus de globalisation, qui après avoir mis en place les conditions techniques d'accueil (téléviseurs, matériel hi-fi, ordinateurs, mise en réseaux...) peut implanter partout dans le monde la même information, les mêmes émissions, la même musique, les mêmes films, les mêmes jeux-vidéo... Cet ensemble de biens invisibles, immatériels, virtuels, à fort pouvoir de séduction et d'infiltration, crée une culture et un mode de vie qui ne se donnent plus comme objectif le développement de la personnalité et de la liberté individuelle mais l'homogénéisation de la société et le conditionnement des esprits. Le caractère consuméris-

te de la culture mondiale, utilitaire et rationaliste, consacre l'impérialisme de la technologie et l'effet de masse, qui supprime la différenciation et impose un raisonnement purement quantitatif (indices d'écoute, audimat, taux de vente...).

Ses pères ont pour nom Hollywood, Disney, Coca-Cola, Mac Donald's, CNN, AOL-Time Warner, Microsoft ou Macintosh...

2 - Car elle est américanisation. Depuis la guerre mondiale, l'hégémonie américaine déferle sur le monde. Les réactions sont diverses, parfois ambiguës ou contradictoires dans un même pays ; et pourtant, peu à peu, la pénétration de la culture de masse américaine met en place un fonds commun, à base de cinéma, de musique, de vêtements, de nourriture, de comportements et de vocabulaire. La culture américaine, dont on ne méconnaît ni l'importance ni la part de qualité, devient la seconde culture commune à tous et menace de remplacer les autres. La France, qui pendant longtemps a été le modèle de civilisation universel et s'efforce dans les négociations internationales de défendre la notion d'exception culturelle, cède peu à peu la place aux valeurs anglo-saxonnes.

A terme donc le plurilinguisme et le pluralisme culturel semblent condamnés. La langue anglo-américaine s'impose dans de nombreux domaines, techniques, scientifiques, de la consommation et de la communication.

Les principales villes du monde finissent elles aussi par toutes se ressembler dans leurs grandes infrastructures et les activités qui s'y développent. En France la loi du 3 janvier 1977 tente de rappeler que "l'architecture est une expression de la culture. La création architecturale, la qualité des constructions sont d'intérêt public. ". La standardisation internationale s'est faite sur le mode de la bana-

lité, de la facilité et du moindre coût. Or l'urbanisme contemporain des villes, de quelque importance que ce soit, n'offre plus guère de hauts-lieux architecturaux, tels qu'ils permettent aux habitants de s'approprier, d'aimer leur environnement et de s'y reconnaître. Une lecture culturelle des nouveaux quartiers n'apporte plus aucune réponse porteuse de sens - au-delà de leur fonctionnalité - en terme d'adéquation avec l'histoire, l'identité des individus, leurs valeurs ou tout simplement leur envie de beauté.

De plus en architecture comme dans tout autre domaine, l'impérialisme de l'universel s'est associé à la tyrannie de la modernité : la valeur reconnue n'est plus la qualité de la nouveauté, mais l'adhésion à la nouveauté et l'adoption de l'image proposée par la publicité et les médias. L'uniformisation gagne ainsi du terrain et installe les citoyens du monde dans un cercle vicieux et une dynamique exponentielle : plus ils collent au modèle, plus ils sont manipulables, plus ils sont conduits vers une forme unique, un discours unique, une idéologie unique : lorsque les multinationales de l'édition musicale auront défini un langage musical unique, l'industrie aura remplacé la culture.

La mondialisation génère des comportements individuels, collectifs, nationaux complexes ; il est difficile de se tenir à l'écart des contradictions et de trouver son positionnement géoculturel entre sa région, son pays, l'Europe et le monde. La France se laisse séduire, envahir, mais tente aussi de se défendre, par exemple en établissant des dispositifs de secours pour sa production cinématographique ou la diffusion radiophonique de la chanson française. Mais les états démocratiques hésitent, craignant autant les réactions identitaires et l'émergence d'intégrismes culturels que les consé-

quences d'une trop grande complaisance à l'uniformisation et la perte des identités. Il faut trouver la bonne mesure entre l'ostracisme et le fatalisme.

Les régions peuvent être des territoires d'accommodation entre le local et le global ; elles réunissent les conditions d'histoire, d'organisation, de démocratie, de superficie, qui permettent d'instaurer aisément une dialectique culturelle d'ouverture et de défense identitaire, capable de résister aux méfaits programmés de la mondialisation. L'espace régional peut jouer le rôle de creuset, sans y perdre son âme, pourvu que l'héritage culturel commun et le sentiment d'appartenance soient suffisamment forts et identifiés pour que des citoyens puissent concevoir leur avenir ici et ensemble.

De plus le milieu économique peut prolonger, compléter le monde culturel, dans une revendication commune de l'identité régionale, s'affirmant l'un et l'autre dans la fierté d'être inscrits dans un processus historique et social cohérent. Cette continuité est alors un formidable levier de mobilisation pour résister à l'envahissement de l'économie mondiale : le processus de mondialisation prend alors sa vraie signification, celle d'un jeu d'échanges équitables, entre les nations, les cultures, les systèmes économiques, un jeu sans perdant, où chacun va puiser chez l'autre ce que celui-ci a de meilleur.

La Normandie doit affirmer son identité culturelle pour asseoir une position de force dans le cadre de la mondialisation, qui lui permette de recevoir sans être niée et de donner à son tour.

#### LES GRANDES TENDANCES CULTURELLES NATIONALES

Cette brève synthèse reprend les éléments de diverses enquêtes menées et publiées par le Ministère de la Culture.

- 1 L'augmentation du temps libre n'a pas empêché l'émergence d'un discours de plus en plus accentué sur le " manque de temps ". Ce regret exprimé par 40 % des Français se traduit par le désir d'avoir une activité, c'est à dire d'être actifs dans un domaine de leur choix. Sur 100 personnes animées par cette envie, 36 aimeraient consacrer du temps à une activité artistique, culturelle ou de formation. Ces chiffres encourageants doivent être considérés avec discernement car l'enquête qui les annonce souligne parallèlement la très nette et déterminante évolution de la définition de la culture. Il est clair que la population impose sa loi aux pouvoirs publics, peut-être même contre eux, et entend bien aujourd'hui, sous la pression de l'offre de loisirs déclinée par le marché, faire disparaître les frontières entre distraction et culture d'une part, entre l'activité physique et l'activité intellectuelle d'autre part ; l'élément commun à ces quatre pratiques étant le plaisir de l'épanouissement de soi, le plus souvent dans un processus de relation avec les autres, un certain art de vivre. Visiter un musée et faire les brocantes, aller à un concert classique et participer à une soirée karaoké, faire de la danse et du footing, rien n'est incompatible et tout participe de plus en plus d'une même démarche de loisir, la vraie hiérarchie étant alors celle de l'intensité de la satisfaction.
- 2 L'engouement pour le patrimoine s'accentue : 10 millions de visiteurs fréquentent les Journées du Patrimoine (un week-end

annuel avec gratuité). Les Français cherchent à renforcer le lien avec leur histoire (monuments historiques, sites archéologiques...) mais l'attrait s'exerce plus par ce qui peut constituer un lieu de promenade, que par rapport à une démarche intérieure : la fréquentation des musées stagne, l'achat de disques compacts de musique classique ne représente que 8 % du marché de l'édition musicale et les Français traduisent leur penchant aussi bien par la visite d'un château que par une collection de lampes à huile.

- 3 Les Français continuent de s'équiper en matériel audiovisuel, accentuant la pratique de la "culture à domicile " et accordant un rôle prépondérant à la télévision. Magnétoscopes, lecteurs de disques compacts, consoles de jeux se généralisent tandis que progresse avec régularité l'équipement des foyers en micro-ordinateurs : 20% en sont dotés aujourd'hui.
- 4 La progression de l'écoute musicale est saisissante ; elle a démarré dans les années 80 et bénéficie de la démocratisation de l'outil technologique. Elle profite largement aux formes musicales modernes au détriment de la musique classique. Cette pratique est, comme la télévision, désormais intégrée au quotidien des Français et apparaît comme un phénomène durable.
- 5 Les Français consacrent avec plus ou moins d'attention 43 heures par semaine (plus que le temps de travail) à une consommation audiovisuelle domestique. Le mode d'appropriation de cette culture doit être pris en considération. L'usage de la télécommande et de la souris de l'ordinateur, en leur effet zapping, est déterminant. Si ces petits objets donnent le sentiment d'une liberté de choix et

d'une maîtrise individuelle de sa propre culture, ils sont en fait des outils de nivellement des productions et en suppriment les différences de nature, actualisant la confusion entre l'art et la culture d'une part, la détente et la distraction d'autre part.

- 6 La pratique de la lecture se modifie considérablement. Lorsqu'on dit que les Français lisent moins, on fait référence à une lecture traditionnelle de la presse quotidienne et de la grande littérature. Dans ces deux domaines la déperdition se confirme enquête après enquête et la proportion des gros lecteurs s'affaiblit. En revanche la lecture de magazines et de revues, scientifiques et de loisirs, progresse, ainsi que celle de livres à usage utilitaire. Les Français diversifient leurs choix et se laissent séduire par la facilité :
  - rapidité de lecture et attrait de l'iconographie pour les magazines, les bandes dessinées
  - médiocrité : 10 millions de lecteurs de la presse à scandale chaque semaine.

Ils sont aussi attirés par les autres supports de lecture que sont les écrans et associent volontiers l'image et le son au texte. La lecture perçue comme pratique d'information, de documentation, de culture et de loisir, a une forte actualité et un avenir assuré ; il n'en est pas de même pour le livre fortement concurrencé.

7 - La fréquentation des équipements culturels n'échappe pas à la règle de l'évolution. Le cinéma, les bibliothèques-médiathèques, les monuments historiques sont en nette progression de fréquentation, mais pour l'ensemble des équipements, ce n'est qu'une faible proportion des Français qui s'y rend régulièrement, face à une majorité qui en fait un usage occasionnel, voire exceptionnel : ces 8 à 10 % de Français cultivés qui à eux seuls fournissent plus de la moitié des entrées aux musées et 60 % de celles des théâtres et des concerts classiques.

Il faut là aussi nuancer les résultats par la prise en compte d'une attitude de plus en plus répandue : les Français assimilent volontiers à une sortie culturelle le fait d'assister à un spectacle de rue ou un son-et-lumière, de visiter une ville, de s'être promenés autour d'un château ou d'une cathédrale, de participer à une fête des vieux métiers ; ils manifestent ainsi leur goût pour l'histoire ou le spectacle et cela concerne 60 % des Français.

Diversification des outils, des lieux et des programmations et aménagement culturel de l'espace privé sont deux aspects des plus prégnants de l'évolution du rapport des Français à l'art et la culture. Il en est un troisième qui mérite une plus longue analyse, c'est le développement des pratiques artistiques en amateurs, activité que l'on peut considérer comme un véritable élan d'une partie de la collectivité vers l'art et dont il faut louer la spontanéité et la vitalité.

## LES PRATIQUES ARTISTIQUES EN AMATEUR

Contrairement à d'autres pays voisins pour lesquels faire de la musique en famille, chanter dans une chorale ou dessiner en ateliers collectifs constituent une pratique, intégrée dans la vie courante et porteuse d'échanges, d'ouverture, de lien social et d'élévation individuelle, l'administration française a toujours manifesté un désintérêt pour ce type d'activités. Elle ne s'est pas souciée de mettre en place de façon significative

• les structures d'accueil nécessaires au regroupement des personnes

- les crédits permettant le fonctionnement et la maintenance d'équipements efficaces
- · une offre d'encadrement professionnels
- et surtout la reconnaissance de la valeur de l'amateurisme.

Pis, celui-ci a presque toujours été tenu à distance et dans un certain mépris par les pouvoirs publics qui recherchaient plutôt la proximité de l'artiste, plus valorisant en terme de communication.

Or voilà les Français dynamisés par un formidable engouement pour la pratique de la musique, du théâtre, de la danse, des arts plastiques, de l'écriture ou de la photographie, peut-être en réaction inconsciente à la déperdition d'identité sociale dans leur travail. Cette tendance, perceptible depuis une vingtaine d'années, a pris une ampleur considérable : on estime à 10 milliards de francs (évaluation nationale) les dépenses générées par les pratiques des amateurs, qui par ailleurs participent à l'existence de 100 000 emplois, principalement en formation. La France est en retard dans la prise en compte de ce mouvement, qui devrait s'intensifier :

- il y a un fort potentiel : un Français sur deux a déjà eu une initiation et / ou une pratique artistique
- les adultes qui ont abandonné l'activité artistique de leur adolescence souhaitent majoritairement la reprendre sur leur temps de loisir
- le temps libre va continuer de s'accroître
- le temps de vie s'allonge et les retraités diversifient leurs activités.

On ne peut que se réjouir de ce phénomène car les pratiques artistiques ont un rôle individuel et social prépondérant : identité, reconnaissance, intégration, appartenance, partage, pédagogie, enrichissement intellectuel, lien social... Par exemple une chorale

d'amateurs mêlera dans une même passion jeunes et vieux, cadres et employés, bonnes volontés et voix de qualité, le bonheur de chanter ensemble venant alors suppléer le manque probable d'homogénéité musicale.

Les associations au sein desquelles s'organisent généralement ces pratiques sont des viviers à projets et peuvent exercer un fantastique effet de levier sur la population ; elles sont souvent le cœur de l'animation d'un village.

Reconnaître la valeur de ces pratiques, c'est aussi favoriser la rencontre des amateurs avec les oeuvres, les professionnels, car l'amateur n'hésitera pas à aller chercher auprès des maîtres, des repères, des conseils pour sa propre production, si on lui en facilite l'accès : cette circulation, cette mutuelle reconnaissance constituent le fondement même de la culture, ce besoin qu'on a des autres pour s'élever soi-même sur l'échelle de sa propre dignité.

## LE ROLE DE LA PRESSE (écrite, radiophonique, télévisuelle)

On sait le rôle considérable qu'ont pris les grands médias dans la société. Totalement dépendants de la publicité sur le plan économique, ils proposent sur une même page ou sur un même écran un message publicitaire et un message idéologique, avec une force et un impact qui sont souvent au bénéfice du premier. Soucieuse de faire l'opinion publique plus que de s'en faire l'écho, la presse nationale a un rôle ambigu en matière culturelle.

 D'abord la France souffre d'une centralisation de la presse qui vient doubler la centralisation du pouvoir culturel : déplacer la presse nationale en province est un tour de force et un coût

- financier auquel les plus grandes institutions culturelles régionales se soumettent avec plus ou moins d'allégeance.
- La vie culturelle en régions intéresse plutôt mollement les médias nationaux, sauf si on y sacrifie au star-system accrédité par les critiques parisiens (pour mémoire : sur les 40 questionnaires du Conseil Economique et Social de Haute-Normandie sur le thème de la culture en Normandie, adressés à la presse nationale, un seul a été retourné).
- Si la culture est l'effort d'un individu pour parvenir à un certain niveau d'autonomie intellectuelle, d'esprit critique, de maturité morale, de liberté et de réalisation de soi, alors la presse ne joue pas son rôle en faveur de la culture : ce vaste discours quotidien, qui rend la justice avant les procès, qui dicte l'opinion avant l'information et frustre l'individu de sa propre réflexion, impose des modèles de bonheur et de réussite qui ne laissent pas le choix au citoyen d'être lui-même.
- La télévision, en ses quatre chaînes populaires, est très peu portée vers la culture : il est par exemple saisissant de constater que telle d'entre elles, qui ne programme quasi jamais de pièces de théâtre consacre une entière soirée à la retransmission de la remise des Molière.
- En revanche il convient de souligner la qualité des productions de la chaîne régionale, qui pratique une véritable, bien que très incomplète, diffusion culturelle en promouvant, sur un mode agréable et didactique, une image favorable de la Normandie et de son identité. Malheureusement ces émissions ne bénéficient pas d'une audience nationale.

En Normandie comme ailleurs... le cheminement culturel est complexe, les enjeux sont considérables et la culture bouge et change, se forme et se déforme : la société a sa dynamique propre qui ne rencontre pas forcément la logique des pouvoirs publics. Il y a donc pour eux l'obligation d'un dialogue permanent, d'une observation minutieuse, d'une prise en compte des messages que la collectivité leur adresse, pourquoi pas d'une anticipation pour que l'offre culturelle publique soit toujours en phase avec les besoins des citoyens, sans pour autant se départir des grands objectifs et des grands principes fondateurs d'une culture démocratique.

D'un autre côté il faut aussi savoir sortir des schémas traditionnels voire routiniers et surprendre toute une population par une proposition innovante et séduisante en son originalité. Mais cette implantation ne peut pas se faire inconsidérément : la mise en œuvre d'un grand projet culturel doit être le point de convergence de conditions nécessaires et suffisantes pour sa réussite. C'est certes une question de forme et de contenu, il faut aussi que ce soit le bon moment.

## UN CALENDRIER FAVORABLE

Il apparaît que la Haute-Normandie, au même titre que d'autres régions sans doute, mais aussi pour des raisons propres, entre dans une période favorable à l'émergence d'une action nouvelle et conséquente.

## LA NECESSITE D'ETRE PRESENT AUX NIVEAUX NATIONAL ET INTERNATIONAL

Lorsqu'une région se donne pour ambition de compter dans l'Europe en gestation et de tenir sa place dans la mondialisation, c'est à travers deux images que peut se manifester le projet.

- 1 D'abord, on peut imaginer une sorte de représentation touristique, figurée par une carte postale à facettes : paysages pittoresques, patrimoine prestigieux ou traditionnel, gastronomie locale... Et l'on prend soudain grand-peur que la région ne se fige à jamais dans une nostalgie, un folklore, que viennent visiter les étrangers comme ils le feraient d'un musée.
- 2 Ensuite dans une démarche plus rationaliste, on peut penser en valeur économique et l'on rêve d'implantation d'entreprises et de production de richesses. Mais une autre frayeur s'impose avec le spectre d'une région standardisée, modélisée, déshumanisée, sans âme et sans caractère, amnésique de son histoire, qui ne ressemble plus à rien à force de ressembler à toutes les autres.

Toute simplification mise à part, il ne peut être question de

se condamner à l'une ou à l'autre de ces solutions. Il ne doit y avoir ni exclusive ni alternative, mais conjugaison des deux aspects, au bénéfice de ce qui doit rester une seule et même préoccupation : la vitalité de la Normandie.

Le but de ce rapport n'est pas de présenter un projet de développement local, applicable en Normandie et pourquoi pas exportable en toute autre région. A l'opposé il n'est plus possible de prétendre que la culture se fait en marge de la vie économique. Il est désormais acquis que culture et économie font bon ménage, qu'une bonne gestion n'est pas castratrice de la puissance créatrice et que les retombées financières de la dynamique culturelle ne sont pas honteuses (hôtellerie, restauration, commerce local, location de matériels, vente de produits dérivés...).

Et l'on ne peut pas non plus se contenter de dire qu'un nouveau projet culturel crée de l'emploi et génère des flux financiers, même si c'est important et réaliste de signaler l'impact direct et induit de l'activité culturelle sur l'économie.

En fait il est intéressant d'évaluer l'impact économique de la culture et donc sa valeur ajoutée dans le dynamisme d'une région par rapport aux forces internationales, par une autre approche, qui suppose de dépasser l'analyse habituelle.

On dit généralement qu'une entreprise s'implante dans une région - de façon endogène ou exogène - parce qu'elle y trouve

- 1. de la main d'œuvre qualifiée ou un bassin de chalandise
- 2. une bonne desserte routière, ferroviaire et aérienne
- 3. des infrastructures à proximité : lycée, université, hôpital, commerces...

4. des équipements et activités sportifs et culturels.

Cela montre l'importance que les chefs d'entreprises accorde à la culture. Mais ce schéma laisserait à penser qu'une entreprise peut fonctionner en autarcie, coupée de son environnement. C'est faux : bien au contraire, elle ne marche que dans la réciprocité, dans la relation, dans l'échange avec les partenaires, les clients, les fournisseurs, dans le dialogue avec les élus locaux, les représentants des syndicats et des associations ; elle recherche la confiance, la coopération, l'enthousiasme, la capacité de ses interlocuteurs et de ses employés à rebondir, réagir, entreprendre, créer, innover ou accepter l'innovation.

Cette richesse immatérielle, c'est de l'humain; face aux biens matériels et quantifiables d'une région (matières premières, ressources naturelles, main d'œuvre, capitaux disponibles...), et en indispensable complémentarité, il y a cette spécificité, cet apport inestimable et unique qui résulte de la combinaison d'une histoire et d'une culture, c'est-à-dire d'une identité collective, manifestée dans la nature des rapports sociaux, dans les modes de vie et de relations au travail, dans le fonctionnement même des institutions, dans les mentalités. Cette matière-là est le produit d'un territoire : elle est à la fois ce qui peut faire résistance aux effets pervers de la mondialisation et ce qui peut en tirer profit, en favorisant aussi bien l'implantation que l'émergence d'entreprises. Pour cela il faut que l'image sociale soit positive et la réalité favorable.

## Quel est ce rôle impalpable de la culture ?

La culture développe en l'homme des qualités qui vont le grandir en tant qu'individu et le servir dans sa relation aux autres. Si l'on énonce ces qualités recherchées ou acquises par la culture, on constate qu'elles sont les mêmes que celles qui fondent le terreau de l'économie. C'est là que la culture joue un rôle déterminant en termes de développement local : dans un travail de fond de toute une population, pour que surgissent, en tout lieu du territoire et dans tous les esprits, la force de création, l'imagination, l'initiative, le goût d'entreprendre, le respect des autres, l'envie de comprendre et de connaître, le souci de la qualité et de l'amélioration, la responsabilité personnelle et la solidarité, la fierté d'appartenir à une histoire, une actualité, un territoire, une entreprise... tous ces comportements mentaux et sociaux, c'est la culture qui les suscite.

La culture précède l'économie ; elle l'inspire et le modèle culturel est transposable dans la gestion du monde du travail. Une région n'est pas une enveloppe vide dans laquelle les entreprises naissent ex nihilo. Les mentalités sont déterminantes dans son aptitude à les faire venir ou les faire surgir. La culture, si elle est forte, détermine les moeurs, les comportements, les représentations mentales, les relations sociales. Un projet culturel régional va bien audelà de la simple organisation de loisirs ; il joue un rôle à long terme sur la place que peut tenir une région dans le paysage économique national et international. Et l'institution régionale doit donner l'exemple, en s'investissant dans un système d'interactions, de dialogue, de disponibilité, de reconnaissance de ses " partenaires " que sont les artistes, les professionnels, les associations, les citoyens.

### LA LISIBILITE DE L'ETAT DE LA CULTURE

S'il y a la nécessité majeure d'un essor culturel normand par rapport au devenir de la Normandie, elle est renforcée par une circonstance qui lui est favorable : la capacité d'analyse de l'état de la culture en France et en régions.

### Les outils d'évaluation

Quels que soient les domaines d'activités il existe toujours appréhension et réticence à les évaluer, c'est-à-dire à présenter des résultats, à les confronter aux objectifs initiaux, à analyser les écarts et à en extraire un enseignement nécessaire à une poursuite pertinente de l'action.

Le milieu culturel et même les politiques ayant en charge la culture ont très souvent fait l'économie de l'évaluation et de l'analyse critique de leurs actions, arguant de l'incalculabilité de l'effet de l'art et de la motivation à la culture.

Aujourd'hui sans nier la part spéculative que revêt toute décision culturelle ni les marges d'erreurs susceptibles de se glisser dans le bilan social d'une politique, on peut néanmoins s'appuyer en confiance sur la fiabilité des enquêtes menées dans le champ culturel lorsqu'elles émanent d'organismes professionnels reconnus. De plus des observatoires de la vie publique mènent en permanence et avec rigueur des études sur les comportements et les représentations des citoyens.

Enfin, si c'est vers les populations exotiques que les ethnologues et anthropologues des grands pays européens ont tourné leurs regards et leur curiosité pendant un siècle, les spécialistes en sciences humaines d'aujourd'hui se penchent volontiers sur leur propre société : ils sont parvenus à une acuité de l'analyse qui invite à tirer parti de leur conclusions.

Par ailleurs on peut estimer le recul dans le temps suffisant pour donner une interprétation sérieuse aux résultats des politiques culturelles de l'Etat et des Régions, pour les comparer aux objectifs et pour en tirer des enseignements permettant de créer un contexte favorable à l'émergence d'un grand projet.

#### Le Ministère de la Culture

Il a aujourd'hui 40 ans. Sans entrer dans le jeu d'un découpage chronologique et politique des ministères successifs, il est intéressant de dire que la nature de la vie culturelle française actuelle émane de la politique culturelle qu'André Malraux donne à la France en 1959, même si elle a été ensuite infléchie ou modifiée par ses successeurs.

- D'abord il s'agit d'une véritable politique culturelle, riche d'un projet social, celui de sauver tous les Français des médiocrités commerciales en leur faisant aimer les plus hautes oeuvres du patrimoine universel et de la modernité.
- Elle est régie selon un certain schéma de rapports définis, entre l'Etat et la culture, l'Etat et la société.
- Elle s'organise autour d'un outil majeur et exemplaire : les Maisons de la Culture, porteuses du projet de décentralisation et de démocratisation.

Ensuite, le projet pose les bases et les principes qui définiront l'identité de la culture française au regard des étrangers, mais qui sont porteurs de défauts qui, dans leur lancinante répétition, vont gravement aliéner la pratique artistique et culturelle des Français :

- cette politique accorde une place prépondérante à l'expression artistique et s'appuie sur l'œuvre en son plus haut niveau d'exigence et de qualité
- elle met en place un dirigisme culturel d'Etat, que la décentralisation des Maisons de la Culture ne parvient pas à masquer

- elle perd très vite le souci de la polyvalence artistique en se focalisant sur l'art dramatique
- elle s'ouvre à l'universel et se ferme au provincialisme, en particulier en refusant l'accès des Maisons de la Culture aux associations régionales et aux amateurs
- elle ne se préoccupe que de très haute culture et rejette tout le reste au titre d'un vil divertissement, indigne d'être pris en considération
- elle définit sa mission en se coupant de l'Education Nationale et de l'Education Populaire (et de son Haut-Commissariat à la Jeunesse et aux Sports).

Ce dernier trait, particulièrement revendiqué, souligne la conviction d'André Malraux que la seule mise en présence du public et des artistes ou des oeuvres suffit à déclencher la révélation et l'élévation individuelle, qu'il n'est besoin ni de médiation, ni de pédagogie, ni de pratique personnelle pour y parvenir et que l'inégalité d'accès à la culture trouve ses solutions en une conjonction de quelques efforts techniques : des équipements fonctionnels répartis sur l'ensemble du territoire, des horaires bien pensés, des tarifs adaptés.

La louable revendication " le peuple mérite le meilleur " n'avait pas pris en compte une question de base : en avait-il envie ?

L'action culturelle du ministère Malraux a volé en éclats avec mai 68. Avec Jacques Duhamel le projet esthétique et social s'enrichit de compétences, de domaines d'intervention (design, publicité, sciences et techniques...), d'organismes, de budgets, mais selon la même philosophie et un renforcement du pouvoir de l'Etat. C'est le début d'une politique de développement culturel. Cette tendance s'amplifie avec l'arrivée de Jack Lang en 1981 et le doublement du budget culturel en 1982 qui permettra un accroissement des allocations à tous les secteurs. Son action apparaît plus comme un projet politique que comme une politique culturelle ; ce qui en ressort de façon visible, c'est la multiplication des initiatives, des événements, des productions de nouveautés, de performances, l'hypermédiatisation du fait culturel et la récurrence d'un discours sur la culture, qui se positionne nettement en faveur d'une acception anthropologique du concept.

La culture n'est plus seulement le rapport à l'art, elle est la capacité de chacun à se situer dans son environnement, à comprendre le monde. Elle peut donc désormais investir sans culpabilité de nouveaux champs de réflexion et de connaissance, à condition qu'elle conserve obstinément sa finalité humaniste et ne soit pas récupérée à des fins d'image-marketing de modernité, de support de communication, de vitrine commerciale ou plus gravement encore, de démagogie.

## Les Régions

Les lois de décentralisation n'ont pas donné aux Régions, lors de leur création, de rôle spécifique en matière culturelle. Attachées à leurs domaines de compétences traditionnelles que sont les infrastructures routières et ferroviaires, l'implantation de zones industrielles et la formation professionnelle, elles n'ont pas cherché d'abord à s'affirmer dans la voie culturelle. Néanmoins à partir des années 80, elles ont commencé à voter des budgets significatifs et mener des actions repérables, poussées par un jeu de circonstances connexes. Il faut dire que la culture est alors dans l'air du temps.

• Depuis quelques années les villes s'installent dans une sorte

de contrepouvoir à la puissance de l'Etat en se dotant - enfin - de véritables politiques culturelles, en créant des services pour les mener à bien, en accroissant de façon considérable leurs budgets (ils vont tripler entre 1978 et 1984) et certaines grandes villes consacreront à leur culture jusqu'à 20 % de leur budget global.

 A partir de 1981, l'Etat affiche une énergie culturelle vibrionnante, le budget passe de 3 à 6 milliards.

C'est à cette époque que sont édictés les grands textes de la décentralisation (lois des 2 mars et 29 juillet 1982 relatives aux droits et libertés des collectivités territoriales et surtout celles concernant les transferts de compétences des 2 janvier, 22 juillet et 29 décembre 1983). Et alors que la France est en pleine euphorie culturelle et que l'espoir d'une véritable délégation de gestion, accompagnée des dotations financières appropriées, semblait réaliste, voilà que le législateur reste muet : aucun grand principe d'une nouvelle organisation et d'une nouvelle philosophie culturelles n'est énoncé, tout juste est-il procédé à quelques articles d'ajustements et d'aménagement de l'existant.

Les Régions, privées de missions mais pas de sollicitations, interviennent donc, petit à petit, en participant à la vie et au financement de la culture locale, un peu au hasard des besoins et de façon évolutive ; elles sont aussi tentées, désireuses de marquer leur identité, par la mise en place de leurs propres outils culturels ; mais elles le font sous l'influence directe des D.R.A.C. qui orientent les choix, participent financièrement au lancement des opérations mais sans engagement sur le long terme, se ménageant la possibilité d'un désengagement.

Ainsi la Haute-Normandie a-t-elle confirmé le rôle d'associa-

tions existantes et s'est-elle dotée d'organismes de conseils, de diffusion, d'animation et d'attribution d'aides financières et techniques :

- l'Institut Régional de l'Image et du Son (I.R.I.S.)
- l'Association Régionale du Cinéma et de l'Audiovisuel (A.R.C.A.)
- le Centre Photographique de Normandie
- le Centre Régional du Jazz (C.R.J.H.N.)
- le Centre Régional du Rock (C2R)
- Région-Musique
- le Fonds Régional d'Art Contemporain (F.R.A.C.)
- l'Office de Diffusion et d'Information Artistique (O.D.I.A.)
- Science Action Haute-Normandie

tout en poursuivant son aide aux initiatives locales, au fonctionnement des grands équipements municipaux, à la restauration et à la réhabilitation du grand patrimoine.

Mais si l'on balaie du regard l'ensemble de l'action culturelle régionale dans son histoire et dans son actualité, on peut regretter une retenue, une timidité, qui prive la Haute-Normandie d'une véritable politique culturelle revendiquant haut et fort un projet de société, définissant clairement des objectifs et inventant les formes à lui donner pour recueillir l'adhésion des Haut-Normands à la prise en charge de leur propre destinée.

#### UNE OBLIGATION DE REPONSE

La dilution de la culture dans le monde des loisirs, l'explosion du multimédia, la mondialisation changent en profondeur le rapport des individus à la culture et (sans jouer sur les mots) la nature même de la culture.

Hormis l'absolue nécessité d'admettre ces mutations - sauf à se couper de la réalité du monde - les pouvoirs publics sont dans l'obligation de répondre à la question " quelle culture pour quelle société ? ". D'une façon générale, ils vont devoir adapter, faire évoluer ou même redéfinir les données culturelles. La Haute-Normandie n'échappe pas à cette responsabilité, délicate et passionnante tout à la fois, de trouver la meilleure réponse possible à une question qui concerne profondément 1,8 million d'individus, tant comme citoyens du monde que comme Haut-Normands.

L'impulsion est donnée par le travail de réflexion et de propositions mis en forme dans deux documents :

- le Schéma de Services Collectifs Culturels, corédigé par les services du Conseil Régional et de la Direction Régionale des Affaires Culturelles, dont on retiendra avec le plus grand intérêt le projet de
  - " développer et adapter l'offre de culture "
  - " mettre en place un dispositif régional d'observation de la vie culturelle "
  - "faciliter l'enracinement d'artistes et la circulation des oeuvres"
  - " mieux irriguer le territoire "
  - " développer les réseaux culturels "
  - " améliorer la formation "
  - " lutter contre les inégalités d'accès à la culture "
  - " favoriser les pratiques artistiques en amateurs ".
- le rapport du Conseil Economique et Social de Haute-Normandie "Les Normands à la conquête de leur futur " qui propose de
  - " veiller à la qualité paysagère "

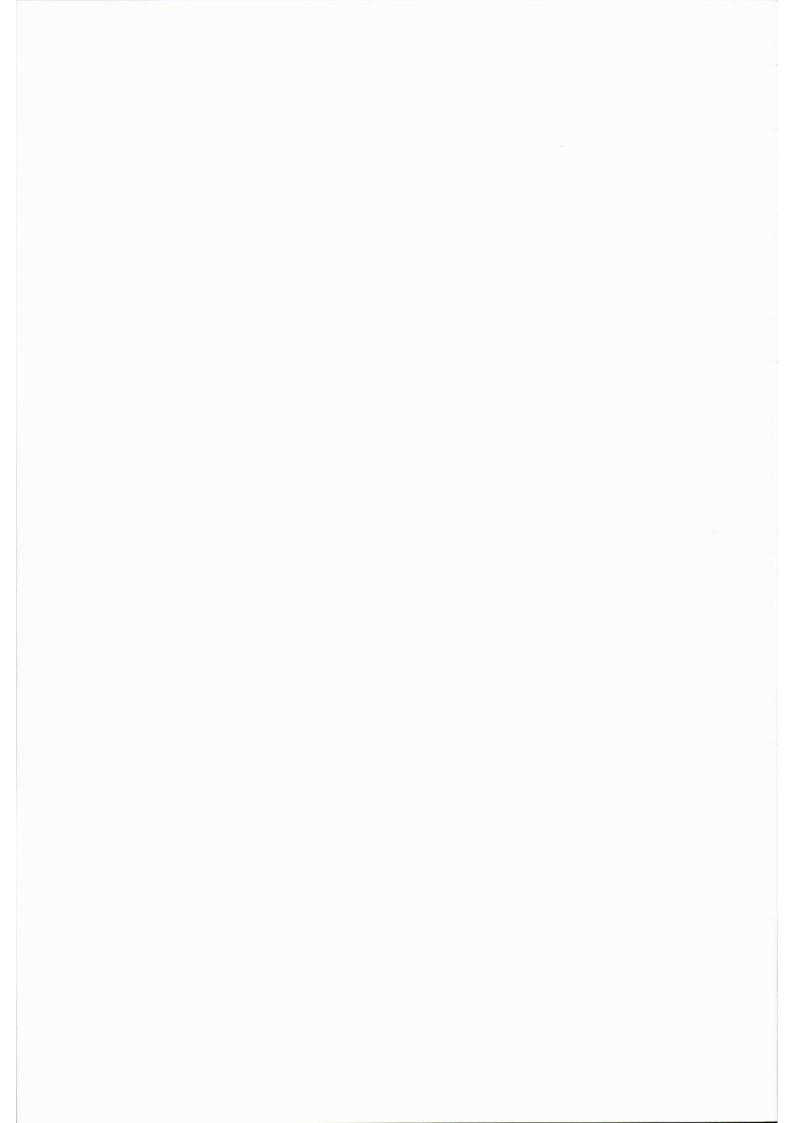
- " protéger et valoriser l'habitat et le patrimoine bâti rural, la présence de l'eau, de la forêt "
- " rechercher la cohérence culturelle "
- " aider chacun à accéder aux pratiques artistiques et culturelles "
- " mettre en œuvre une ingénierie culturelle "
- " mettre en valeur le patrimoine "
- " développer la pratique des nouvelles techniques d'information et de communication "
- " renforcer la vie associative et l'éducation ".

Il faudrait citer aussi toutes les volontés qui, appliquées dans un quelconque domaine, sont énoncées dans un esprit qui convient parfaitement à la culture, s'agissant de l'épanouissement de la personne et de sa relation harmonieuse aux autres et à son environnement.

Un état des lieux de la culture, volontairement critique, tant au plan régional qu'à l'échelle nationale, force la prise de conscience et suggère une double attitude, de vigilance et d'imagination :

- 1 vigilance car l'histoire prouve que le parcours de la gestion culturelle est pavé d'embûches :
  - contradictions, quand on accepte assez passivement des résultats contraires aux objectifs énoncés
  - exclusions, d'une partie de la population, parce qu'elle ne se retrouve pas dans le cadre imposé
  - confusions, celle par exemple de l'assimilation entre art et culture : la culture déborde très largement les domaines artistiques et même si la compréhension de l'art peut être considérée comme la finalité majeure de la culture, celle-

- ci peut trouver des trésors sans emprunter les voies d'accès à la création
- trahisons, celle, majeure, du service public qui rétrécirait sa mission aux limites de la satisfaction d'une élite, un public choisi rencontrant en une sublime cérémonie un artiste appelé, mieux encore, élu.
- 2 imagination car il n'est pas possible, en ce temps de constat de grandes mutations sociales et sociétales, de continuer l'administration de la culture en reproduisant les mêmes schémas, en attribuant aux mêmes formes les mêmes contenus, en assignant aux mêmes structures les mêmes insuffisantes missions. Il faut inventer d'autres modalités, et charger de nouvelles procédures d'atteindre de nouveaux objectifs, qui ne renoncent ni au réalisme ni à l'ambition.



## DEUXIÈME PARTIE

## LA CULTURE NORMANDE, UNE AFFAIRE DE VOLONTÉ

Objectifs —

La culture est une affaire de personnes, de toute une population ; quelle que soit l'échelle à laquelle on l'appréhende, la capitale régionale ou une petite commune de l'Eure, la population normande ou française, la culture est affaire de tous. C'est l'appropriation par les individus, à un degré personnel plus ou moins fort de curiosité, de compétence et d'émotion, de ce que la collectivité produit : sa propre histoire, ses organisations, ses inventions, ses modes de vie, ses techniques de communication, ses croyances, ses langages, ses oeuvres d'art.

Parmi eux il y a donc les artistes, les créateurs et leur fantastique puissance de proposition. La France leur a donné une place privilégiée dans l'organisation de la société, tant monarchique que républicaine, en valorisant leur force visionnaire et leur capacité à représenter le monde au travers d'une émotion partageable : écrivains, musiciens, peintres, comédiens... se réalisent par leur art mais aussi dans la recherche permanente d'une confrontation de leur performance au regard d'autrui.

Entre la population et ses artistes s'interpose une force médiatrice, structurée et décisionnelle, constituée par les élus, les fonctionnaires, les animateurs, qui ont entre autres missions celle de favoriser la rencontre des uns et des autres. En fait depuis des lustres, la question culturelle est, en France : "Comment organiset-on et gère-t-on la vie artistique ? ". Les pouvoirs publics doivent modifier l'axe de leur regard, ouvrir largement les yeux sur l'ensemble des hommes et se poser une nouvelle question : "A quelle culture faut-il qu'accède la population ? Que fait-on pour y parvenir ? ". La réponse est nécessairement large car la population, de son côté, envoie un message clair : l'épanouissement de l'individu ne peut plus venir que de sa vie intérieure, intellectuelle et sensible ; il

est aussi le fait d'une compréhension rassurante d'un monde qui l'inquiète et l'agresse, et la fréquentation des arts ne peut plus être considéré comme le seul recours possible. La connaissance scientifique, technique, écologique, économique, apporte sa part de réponses objectives, sans priver l'individu de sa part de rêve.

Les pouvoirs publics doivent jouer leur rôle de service public, c'est-à-dire de service rendu à la population, toute la population. Pour cela trois démarches conjointes sont nécessaires :

- 1 accepter tout ce qui est suggéré et produit par le secteur privé :
  - en élargissant le champ traditionnel de la culture : celle-ci n'est plus le seul fait des beaux-arts, il s'agrandit, il s'enrichit de nouvelles pratiques (les musiques amplifiées ou électroniques, la bande dessinée, la science-fiction, l'histoire sociale, les technologies, l'image...)
  - et en intégrant les nouveaux modes d'accès et d'appropriation, les nouveaux comportements : l'accroissement des pratiques en amateurs, le développement de la culture à domicile, le goût de la fête...
- 2 assumer leur rôle d'aide à l'expression artistique et d'accès à la culture, en veillant à proposer des repères clairs et revendiqués, à définir des critères de qualité, au service de la dignité humaine, individuelle et collective : le raffinement contre la vulgarité, le travail contre le laisser-aller, l'exigence contre la facilité, l'esprit critique contre la soumission, la complexité contre la simplification.
  - 3 entretenir des connexions entre tous les publics, pour que

s'abolisse l'hyper-sectorisation qui fige la société culturelle. La tendance actuelle à l'ouverture par les techniques de communication, le nouvel axe de transmission de la culture, intra-générationnel (et non plus seulement par la hiérarchie familiale), l'accroissement du brassage social au niveau des études supérieures vont dans ce sens d'une plus grande circulation des goûts, des idées, des oeuvres, des hommes.

Il faut sortir de la seule logique de répartition des subsides, selon le principe "gouverner c'est choisir, choisir c'est éliminer " et y ajouter une logique de valorisation, c'est-à-dire de prise en compte des personnes dans leurs besoins, inconscients ou exprimés, d'une large culture.

La culture est donc bien une affaire de volonté :

- celle d'en donner une définition, en fonction d'un territoire, la Normandie, d'un temps, le XXI<sup>eme</sup> siècle naissant, d'un état analysé de la population normande, et de valeurs, énoncées, assumées, expliquées et partagées
- celle de déterminer des objectifs, comme autant de principes devant guider et diriger les actions à venir, et d'éléments constitutifs du bonheur des Normands
- celle de créer sous des formes multiples et séduisantes, toutes les organisations d'accueil des personnes, curieuses d'ellesmêmes et du monde, dans une acceptation de leurs différences de motivation ou de niveaux de culture, mais aussi avec une détermination jamais relâchée d'aider chacune d'elles au progrès vers un plus haut degré de connaissance, de réflexion, de compréhension, d'autonomie, de qualité de vie

intérieure et relationnelle, de liberté de choisir. Ce sont là les mots-clés d'une politique culturelle.

La culture est aussi une affaire de volontés, et ce pluriel fait référence à un certain nombre de personnes, concernées par la gestion de la vie collective et prêtes à s'investir avec l'institution régionale en une synergie concertée, efficace, dégagée des jeux de pouvoirs et de rivalités. La Région ne peut pas, seule, impulser et animer toute la vie culturelle régionale ; elle doit développer sa politique en une action coordonnée ; elle doit convaincre pour être, plus que suivie, accompagnée par de multiples partenaires, institutionnels, associatifs ou privés, prêts à partager la même passion de gouverner conjointement les hommes.

Un important travail d'information et de communication doit donc être mené pour que se conjuguent les énergies et les émotions, et que se tisse un grand maillage culturel sur la totalité du territoire normand.

# REFUSER LA FATALITE DES ANTAGONISMES

La culture aide chacun à rencontrer l'autre, que l'autre soit un artiste dont on découvre la création, un intellectuel qui rend soudain plus compréhensible la complexité du monde, un amateur prêt à dévoiler ses émotions et partager sa passion. La culture, même vécue dans la solitude d'une lecture ou l'anonymat d'une salle de concert, finit toujours par projeter l'individu vers le groupe de vie au sein duquel il ne cesse de se construire par un jeu permanent d'interactions.

La culture est ce lieu et ce lien d'échanges sociaux faits de partage, de confrontation et aussi de désaccord qu'il faut savoir accepter et valoriser en une opposition constructive et une saine émulation.

Malheureusement la culture devient parfois le terrain de règlements de comptes, qui peuvent être déplorables à tout niveau : gestion de l'argent public, image de la fonction politique, cohérence de l'action, et surtout sacrifice des personnes, des pans entiers de la population que l'on prive de l'action culturelle ou des artistes que l'on ignore ou que l'on dégrade soudain pour assouvir de vieux ressentiments.

Toute la difficulté de la gestion culturelle consiste, dans ce domaine, à établir les limites en-deça desquelles les deux rivaux vont coexister sans se nuire et plus encore se potentialiser en une concurrence productive, et au-delà desquelles l'opposition, historique ou fonctionnelle, va tourner à la discorde et à l'échec de l'entreprise culturelle prise dans son plus fort rayonnement. Il faut donc être plus que vigilant, volontariste, et empêcher un contraste

de devenir une hostilité stérile.

La Haute-Normandie moderne se construit sur quelques antagonismes spécifiques auxquels s'ajoutent les conflits potentiels ou réels que suggère l'actualité du monde.

## LA REALITE HISTORICO-GEOGRAPHIQUE

Elle a installé de façon durable des ruptures sociales qui crispent les esprits dans des oppositions souvent désuètes :

- La rivalité entre les gens de la terre et les gens de la mer dont on peut penser qu'elle va en s'atténuant du fait d'un tourisme interne à la région, qui fait circuler les Haut-Normands vers les plages aussi bien que vers les espaces ruraux, ou les rassemble sur ce lieu mixte qu'est le grand fleuve, à l'occasion des récurrentes Armada.
- Plus difficile à estomper ou positiver est la compétition entre la Haute et la Basse Normandie parce qu'elle est d'abord une fracture administrative et politique. En fait les Haut-Normands aimeraient certainement entendre dans leurs salles de concerts les sonorités baroques de l'Orchestre des Arts Florissants basé à Caen, tandis que des échanges d'expositions entre Rouen, Caen et le Havre optimiseraient les coûts de production et traceraient les lignes de force d'une culture normande.
- En interne la situation n'est pas plus glorieuse, quand des rivalités historiques et politiques empêchent Havrais et Rouennais de se reconnaître dans une même culture, surtout si l'on considère que Rouen et Le Havre ont un statut identique de ville portuaire et ce lien naturel si fort qu'est la Seine.

La fracture la plus marquante (mais elle n'est pas l'apanage de la Normandie) s'est développée sur une répartition de la population en défenseurs d'une culture classique dans l'ignorance de la production contemporaine et promoteurs d'une culture moderne au mépris de la logique historique. Cette dichotomie est même devenue un enjeu politique où les luttes d'arrogance ont supplanté la compréhension réciproque ou la simple tolérance : deux mondes clos s'ignorent, c'est le contraire de la culture. Il est de la responsabilité politique d'abolir cet antagonisme et de rendre lisible et évidente la continuité historique, artistique, sociale de la culture. Ce peut être un enjeu majeur de la politique culturelle haut-normande qui doit trouver des solutions dialectiques au conflit de la tradition et de la modernité, en ayant la volonté d'en rendre flagrante l'inséparabilité.

### LES DIFFERENCES SOCIALES

En culture il faut porter en permanence son attention sur toutes les causes et conséquences des différences sociales. La Haute-Normandie, du fait de ses caractéristiques socio-démographiques, a tout intérêt à le faire.

 Il ne s'agit pas d'entrer en lutte pour uniformiser les publics et les pratiquants de la culture; on peut se construire en s'opposant, et en particulier les revendications identitaires de générations ont toujours permis aux jeunes de se former en se différenciant des adultes, par les marqueurs forts que sont leurs choix de lecture ou de musique. Au même titre qu'on respecte les identités ethniques, il faut savoir accepter les distinctions culturelles dues à l'âge, au milieu professionnel, aux croyances religieuses, aux traditions de classe. Chaque personne a besoin de se sécuriser au sein d'un groupe qui va lui proposer à tout instant un répertoire d'actions, d'animations et de représentations " prêt-à-l'emploi ", la stabilisant dans un sentiment d'admission et d'intégration.

• En revanche on ne doit pas laisser les clivages sociaux cloisonner hermétiquement la culture. La Région doit provoquer, par ses choix de programmation et par la nature et l'organisation de ses actions, la circulation et la rencontre interactive des personnes et des groupes : jeunes / adultes, actifs / retraités, cadres / ouvriers, artistes / amateurs, Normands / non-Normands... Il faut ménager des temps et des lieux où les goûts et les connaissances, les styles et les enseignements s'interpénètrent et s'enrichissent mutuellement : la culture est ouverture.

## LE SCIENTIFIQUE ET L'ARTISTE

Dans cette conviction que la culture doit emprunter tous les chemins qui conduisent à l'affinement du goût, de l'intelligence, de l'esprit, un antagonisme doit être aboli, celui qui oppose le scientifique et le technicien à l'artiste et l'intellectuel. Les pouvoirs publics doivent se donner cette réconciliation comme condition d'un développement culturel moderne. Il n'est pas question de promouvoir la confusion, même si aujourd'hui certains modes de production de l'image et du son requièrent des compétences mixtes. Il s'agit de favoriser la rencontre et la fertilisation réciproque de ces deux grands acteurs de la marche de l'humanité, souvent classés dans la

catégorie des frères ennemis. Or il y a beaucoup à faire pour évacuer un dogme que le système scolaire met en place dès l'adolescence. Mais des actions, ne seraient-elles que symboliques, sont possibles et ouvrent la voie à de nouveaux cadres d'expression. En Normandie cela pourrait signifier : expliquer scientifiquement l'art du vitrail ou l'origine de la musique et du chant, transformer une friche industrielle en lieu d'exposition, doter une manifestation technologique d'une véritable scénographie, photographier des usines, réhabiliter un site du patrimoine religieux en temple de la pédagogie scientifique... la médiation est en marche et invite, par un jeu de miroirs, à retrouver les grands principes encyclopédistes du Siècle des Lumières.

### LA CULTURE ET LA FETE

Dans l'agitation culturelle des années 80 et la nécessité de réévaluer le concept culture, une astuce semble avoir présidé à l'apparition d'une notion nouvelle : la culture, c'est la fête.

• Cette acception se veut référence implicite aux vertus de la fête populaire ou primitive, et fait surgir en filigrane des images d'élan fédérateur et fraternel, de rupture avec un quotidien pesant, de plaisir assuré, de cérémonie collective : fêtes de la musique, du cinéma, du livre, des arts plastiques, des musées, du patrimoine, de la science pour ce qui est de l'initiative nationale. Les collectivités territoriales ne sont pas en reste et multiplient fêtes et festivals : ils sont présentés comme une dédramatisation de la culture, un rendez-vous euphorique avec la population. Mais la fête porte ses limites dans sa nature même : elle est éphémère.

- Par contraste, une posture intellectuelle seulement fondée sur l'effort et inscrite dans le temps risque de sembler ennuyeuse et coercitive; et pourtant elle est l'indispensable condition d'une véritable acquisition de culture et d'élévation intérieure de toute personne.
- L'institution régionale ne doit pas gérer la culture sur le mode alternatif : elle ne doit
  - ni renoncer aux avantages d'un caractère festif de la culture, séduisant, rassembleur et moderne en sa forme, et qui permet de capitaliser, en un temps bref, de l'image et de l'affect
  - ni s'en contenter : la fête doit rester la partie émergée d'une vaste action d'ensemble, fondée sur le travail, la recherche, l'application, la patience, sans lesquels la culture ne serait qu'un produit volatile, un bien de consommation sans conséquence
  - ni opposer les deux attitudes ; il faut au contraire les relier, par des thèmes, des lieux, des intervenants communs : puisque la fête est devenu un mode d'acquisition culturelle apprécié, il faut lui donner une place dans une politique régionale, mais comme la conclusion cohérente et récréative à une lente marche intérieure préalable. Sinon la fête sera vécue au premier degré, comme un simple épisode de défoulement, une dépense d'énergie ponctuelle, sans lien lisible avec le cours habituel de la vie, sans " retour sur investissement ".

### ENFERMEMENT ET OUVERTURE

Il faut trouver la bonne mesure entre l'enfermement et l'ouverture. On ne peut exiger d'un peuple qu'il s'ouvre brutalement à toutes les cultures et penser qu'il peut les intégrer sans ébranler l'identité qui le structure. On ne peut pas non plus vouloir qu'il s'enferme dans les limites infranchissables d'une culture enkystée. Il doit se frotter aux autres cultures, découvrir d'autres façons de vivre et de créer, s'enrichir sans cesse par des emprunts avec lesquels il trouve des compatibilités et des affinités électives.

C'est donc bien logiquement que, pour des raisons historiques, des liens doivent se tisser en priorité, pour élargir et approfondir une culture normande originale et vivante,

- avec le monde nord-atlantique (les Etats-Unis, la Louisiane, le Québec, L'Acadie, Terre-Neuve...) sur des échanges artistiques (jazz, rock, peinture...), universitaires (histoire, ethnologie...), touristiques (généalogie, patrimoine, architecture...), culturels (industries, technologie...)
- avec le sud de l'Angleterre et les îles anglo-normandes, sur des thématiques communes : parcs et jardins, gastronomie, nautisme, équitation, habitat, environnement...

Les apports des autres cultures seront fructueux s'ils sont cohérents, librement consentis et parfaitement assimilés.

On comprend en analysant ces différents antagonismes (qui ne sont pas exclusifs d'autres cités par ailleurs : le local / le global, le populaire / l'élitiste...) que la problématique des contradictions, inhérentes à une population et à un territoire, n'est pas dans l'existence même de ces pôles contraires, mais dans l'établissement de la ligne de partage entre ce qui serait l'acceptation blasée ou opportuniste d'un handicap paralysant et la valorisation d'un terreau fertile pour une culture en mouvement et en devenir. Il ne faut pas gommer les tensions, il faut en dégager de l'énergie au service d'une vitalité culturelle.

## PROPOSER UN PROJET POUR TOUTE LA POPULATION

C'est en toute conscience que cette exhortation est écrite en majuscules en plein cœur de ce rapport sur la culture normande ; et au moment d'énumérer et d'expliciter les éléments constitutifs de cette conviction, il est nécessaire de préciser ce qui fonde cette conscience :

- C'est d'abord la conscience d'une redite : le discours de démocratisation de la culture, repérable dans tout texte ou déclaration d'intention, tout exposé de politique culturelle, toute présentation de programme, est devenu banal. Pis encore, on s'est habitué à l'entendre ou le lire sans que la contradiction avec ses résultats choque ou suscite des remises en cause. Et pourtant c'est bien ce même but, celui de toucher par la culture 1,8 million de Haut-Normands - et pardelà les 3,2 millions de Normands - qui est énoncé ici, en toute connaissance du défi qu'il représente.
- C'est la conscience d'une nécessaire modestie, face à l'ampleur de cette noble tâche : conviction ne veut pas dire aveuglement, mais réclame de la constance et de la détermination.
- C'est la conscience de la faisabilité de la mission et de l'adéquation de cet objectif avec la Haute-Normandie, en conformité de structure, de moyens financiers et humains, de taille, avec la proposition.
- C'est la conscience, enfin et surtout, de la responsabilité de la culture dans la vie personnelle et publique. Si l'enseignement, bénéficiant du caractère d'obligation pour tous dans les grandes démocraties modernes, parvient peu ou prou à trans-

mettre à toute une population un savoir et un savoir-faire, c'est à la culture que revient le rôle d'apprendre à chacun un savoir-être. Plus subtile et plus complexe mais pas moins chargée de conséquences, cette mission n'a cependant jamais bénéficié de l'organisation qui lui aurait permis d'aboutir. Longtemps confisquée par une élite sociale, la culture a été maintenue dans un statut d'objet de luxe, c'est-à-dire un produit dont on peut se passer.

Aujourd'hui la culture est, trop souvent, faussement proposée à tous, quand on sait de toutes façons qu'un fossé infranchissable, intellectuel, mental, social, comportemental, sépare l'individu de l'offre qui lui est faite.

La conviction du Conseil Economique et Social de Haute-Normandie est qu'il faut passer d'un discours de bonne conscience à une attitude constructive et lucide d'engagement et de responsabilité; autrement dit il faut passer à l'acte.

## RESPECTER LA DIVERSITE DE LA POPULATION NORMANDE

Cette prise en compte de la diversité sociale est considérée comme la règle première. Cela peut sembler simpliste de parler de la diversité d'une population régionale, tant il est évident que celleci est constituée, telle une mosaïque, d'éléments divers dont le rapprochement fait apparaître les différences. Tant pis si cela ressemble à un truisme, mais il doit être proféré puisqu'il est la clé de voûte du système proposé ici. Il faut renforcer l'idée auprès de tous les res-

ponsables de l'action culturelle que la population n'est pas une masse uniforme et parfaitement homogène, prête à entendre d'une même oreille un seul discours. Elle est une multitude de sensibilités individuelles, d'histoires personnelles, d'attentes particulières et de besoins singuliers.

Surtout elle ne peut pas être réduite en équation avec les publics qu'elle produit : il faut s'interdire de faire cette confusion entre la population tout entière et la partie de la population qui se retrouve à un spectacle, dans une bibliothèque, à une exposition. S'il est légitime et gratifiant pour un responsable culturel de s'occuper de son public, il faut avec plus de soin encore se préoccuper du non-public. Or bien souvent, les personnels des équipements culturels et les organisateurs d'événements n'ont qu'une connaissance partielle et intuitive de leur public, mais ignorent tout de cette grande partie de la population qui ne vient pas à la culture.

C'est du devoir des pouvoirs publics de connaître, dans toutes ses caractéristiques, la population qu'ils gouvernent. Les techniques pour y parvenir sont diverses : du travail d'observation à la consultation directe, tout doit être mis en œuvre pour porter à la connaissance des décideurs tant les grandes tendances collectives que les particularismes que produit la société. Sondages, débats publics, avis relayés par les associations, les élus, les observateurs de la vie publique que sont les enseignants, les journalistes, les intellectuels, enquêtes sur les lieux de passage ou de rassemblement (lieux de travail, commerces...) les approches sont nombreuses et les besoins seront estimés plus précisément et plus efficacement.

Deux exemples peuvent être avancés pour éclairer cette conviction :

- 1 Des personnes n'ayant aucune attirance pour la culture ne manqueront pas par ailleurs de se rendre à Rouen voir les bateaux rassemblés à l'occasion de l'Armada : but de promenade, recherche d'une émotion, d'un bout de rêve, dépaysement, partage avec la foule... les raisons de s'y rendre sont multiples mais ne sont pas suffisamment précédées d'une démarche culturelle. Il suffirait sans doute d'un peu d'imagination et d'organisation des pouvoirs publics pour proposer une sorte de préparation culturelle susceptible de provoquer une plus grande curiosité intellectuelle : tournée en région de conférences sur l'histoire de la marine à voile ou la puissance maritime des Normands, mise à disposition de documents de vulgarisation sur l'histoire des chantiers navals en Normandie, ouverture d'ateliers de maquettisme, rencontre avec les héros des courses en solitaire, concours de photos ou de films amateurs sur la mer, soirées de contes, récits et chants de marins... L'important est la diversité de l'offre, reprenant en miroir la diversité sociale (et dans une proximité géographique sur laquelle il faudra revenir). Il faut multiplier la proposition pour que chacun y trouve son miel.
- 2 Il s'agit cette fois de personnes qui ne répugnent pas à la sortie culturelle. Elles se sont souvent rendues dans les théâtres, dont elles ont fait des salles combles, elles se sont réjouies de ce qu'elles y ont vu et entendu, elles ont initié leurs enfants, converti des amis... Mais voilà qu'il a été décidé soudainement que tout cela n'était pas assez élevé, assez " culturellement correct " et qu'elles seraient désormais privées de programmation. Qui sont ces personnes ? Les victimes de luttes d'arrogance ou de convictions artistiques intolérantes : par exemple les amateurs d'opérette ou de

comédie, à qui l'on a fermé la porte des théâtres, les rejetant dans le non-public et l'indifférence générale : de quel droit ? N'aurait-il pas mieux valu les conserver en tant que population à pratique culturelle et les amener à évoluer, à découvrir d'autres genres musicaux, d'autres formes artistiques, d'autres styles... ?

Ce respect de la diversité populaire, en son éloignement de la culture ou en sa variété des goûts artistiques, est la base de toute démocratisation. Il nécessite, c'est évident, de développer de l'imagination et de l'énergie pour susciter l'idée, l'envie de la culture ou une plus grande exigence intellectuelle dans une partie de la population qui est sinon laissée à l'abandon et devient ainsi la proie facile des offres de divertissement.

#### ACCEPTER LA DIVERSIFICATION DES VALEURS

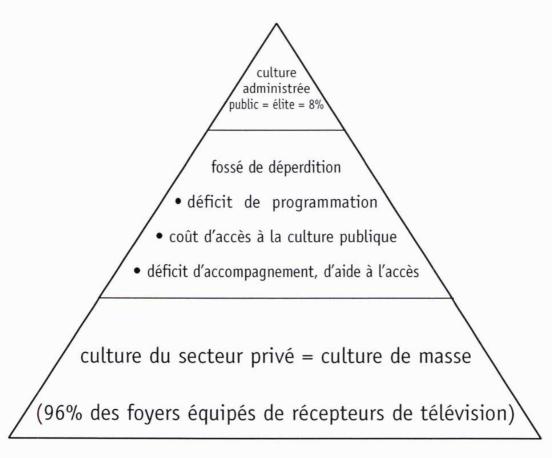
Une autre forme d'abandon de la population par les pouvoirs publics est imputable à leur découragement, ou pis à leur indifférence, face à des niveaux culturels jugés médiocres. Proche de la précédente démonstration, celle-ci concerne une part de la population qui ne participe pas à la vie culturelle parce qu'il n'existe pas ou pas assez d'organisations pour l'accueillir au niveau d'appétence ou de connaissance où elle se trouve.

Il semble, par exemple, que le seul rapport spontané au livre de nombreux adolescents se fasse à l'occasion d'un passage au supermarché, en position assise à même le sol de l'allée. Il s'agit, le plus souvent, de regarder quelques pages d'une bande dessinée. On peut en rester là et décider que c'est "dommage mais tant pis " pour eux et qu'ils pouvaient aussi librement et dans les mêmes conditions

s'emparer d'un grand classique de la littérature française. Cette pratique aussi insignifiante et dérisoire soit-elle au regard d'une démarche culturelle peut être saisie et réévaluée par de nombreuses propositions qui permettraient à un jeune "d'aller plus loin ":

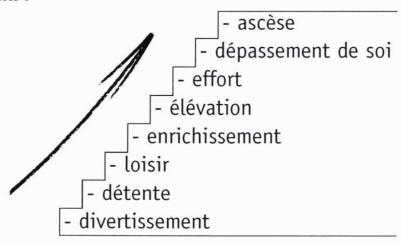
- par rapport à l'intérêt du scénario, en le rattachant à une mythologie, une période de l'histoire, une conception sociale du héros
- par rapport à la qualité de l'image, à son langage propre, à son poids de signification, ou comme mode de connaissance des plans cinématographiques
- par rapport à la technique du dessin et son évolution, de l'art pariétal au dessin assisté par ordinateur
- par rapport à la découverte d'une idéologie, souvent ignorée ou non repérée par les jeunes lecteurs de B.D.
- par rapport à la possibilité d'être à son tour créateur d'un simple dessin ou concepteur d'une histoire.

Pour arriver à cette prise en charge et cette aide, il faut bien qu'ait été repérée cette attitude péri-culturelle et qu'elle ait été admise comme "base d'envol " pour une élévation des esprits. Il faut se donner comme but de briser la logique fataliste du fossé culturel infranchissable. On peut représenter la situation actuelle, très schématiquement (au risque assumé d'une image réductrice), par une pyramide sur laquelle s'inscrivent les deux grandes tendances des comportements culturels :



On comprendra que ces jeunes lecteurs de supermarché, livrés à eux-mêmes et à la culture commerciale, n'ont que peu de chances d'accéder un jour au sommet de la pyramide socio-culturelle.

Les programmations publiques ne respectent pas les paliers qui permettraient de monter pas à pas dans l'échelle des comportements :



Le grand écart qu'il faudrait faire pour passer du divertissement à l'élévation est inenvisageable pour la plupart des personnes. Le fossé doit être comblé par un complément de programmation et par des organisations d'aide à la culture, en respectant toute la gradation et en se donnant pour mission d'aider chacun, quel que soit son niveau, à s'élever sur la pente escarpée des valeurs culturelles.

#### AVOIR UNE EXIGENCE DE QUALITE

Se donner le respect de la diversité comme base d'une politique culturelle de démocratisation n'est pas synonyme de démagogie ; ce n'est pas le sacrifice de la qualité au profit de la bassesse et de la médiocrité. Ce serait même plutôt le contraire puisque cette politique valorise chacun pour qu'il dépasse le niveau où il se trouve.

Il faut cultiver l'exigence sur les deux pans de l'action culturelle :

- du côté des publics à qui l'on doit apprendre à trouver satisfaction dans la conscience d'une progression vers la connaissance et le discernement
- du côté des acteurs de la culture, qui proposent, qui animent, qui encadrent, qui programment : ils doivent s'imposer un haut niveau de qualité des interventions pour ne pas prendre le risque de décevoir ou de modéliser une mauvaise image de la culture

Il faut pousser au supérieur, à " l'extra-ordinaire " et éviter le plus simpliste, le plus facile, le moins coûteux en effort.

En particulier et concrètement, cela signifie que tout le processus d'encadrement doit être irréprochable :

• un petit document didactique devra être entouré du plus

- grand soin technique et esthétique
- une exposition de peintures d'amateurs recevra les meilleurs conseils d'encadrement, d'accrochage, d'éclairage
- une sortie collective à un concert de musique contemporaine devra être préparée avec le plus grand souci de rendre accessible et agréable une écriture inhabituelle.

Ces tâches doivent être confiées à l'initiative et à la compétence de professionnels, d'artistes, d'enseignants, d'animateurs, d'experts, d'amateurs éclairés (fonctionnaires, contractuels ou bénévoles), reconnus dans la société civile comme des références en matière d'humanisme et de pédagogie. La démocratisation de la culture passe par la médiation de la culture, au meilleur niveau. Car il faut se montrer lucide et réaliste : les langages artistiques sont des modes d'expression symboliques et codés et la science est de plus en plus complexe et sophistiquée en ses voies d'accès. Tout le monde, par déficit d'éducation ou par manque d'intérêt, n'a pas la possibilité d'entrer en contact intime, de compréhension et de familiarité, avec les oeuvres, les inventions et les découvertes : il faut des intermédiaires, des " passeurs " dans tous ces domaines où s'expriment la sensibilité et l'intelligence humaines, pour que la peur de ne pas comprendre ne soit plus la raison d'une mise à l'écart de la vie culturelle.

Les pouvoirs publics sont de plus en plus acquis à cette nécessité, mais de façon ponctuelle et non structurée. L'institution régionale peut jouer le rôle d'organisateur, en tenant à jour un fichier de compétences, dans tous les champs culturels (techniques, scientifiques, littéraires, artistiques...), qui seraient répertoriées selon leurs domaines d'excellence (architecture, musique, histoire...) et leurs

qualités (animation d'ateliers, de stages, conférences, pédagogie de l'art, initiation aux technologies...). Ces personnes-relais seraient ensuite mises à disposition, à la charge financière de la Région ou en charge partagée, d'associations, de collectivités locales, d'établissements scolaires, selon des calendriers et des objectifs concertés.

Ces initiatives existent, il faut les accroître considérablement et les systématiser... pour que le promeneur de l'Armada porte sur les bateaux un regard plus profond, plus gourmand, plus éclairé.

#### DELOCALISER LA CULTURE

Toucher toute la population implique une autre conception géographique de la culture.

Les grands équipements et les grands événements sont presque toujours le fait des grandes villes et doivent rester les phares et les pôles d'attraction de la vie culturelle, qui pour une large part ne peut s'exporter.

Ce n'est pas une raison pour priver de culture une partie de la population et du territoire.

En plus de ce grand maillage culturel qui vient d'être présenté,

- des opérations-relais (conférences, débats sur une pièce de théâtre, sur une exposition...) peuvent être menées avec les équipements majeurs de la région et en fonction de leur programmation, afin de donner l'envie aux habitants des zones éloignées des grands centres urbains de faire le déplacement
- la programmation itinérante de manifestations émanant de structures artistiques et culturelles régionales, doit être encouragée et soutenue, à une échelle adaptée aux possibilités techniques d'accueil

- de nouveaux lieux, même modestes, peuvent être ouverts pour servir de cadre à de multiples activités à vocation culturelle, associant celles-ci à la réhabilitation d'un élément du petit patrimoine local
- une meilleure valorisation du patrimoine rural et villageois peut-être menée, d'abord pour une simple raison d'amélioration du cadre de vie et d'attrait touristique, ensuite pour la connaissance, la transmission voire la transformation de ces biens, comme éléments d'un tout culturel cohérent.

Environnement, animations, relance de traditions artisanales, activités culturelles : les avantages sont au service de la conservation des richesses locales, du maintien de la population dans les zones rurales, d'une dynamique sociale.

Cette irrigation culturelle du territoire, ainsi renforcée, peut tout naturellement s'inscrire dans le plan de montage d'un groupement de communes ou dans la réurbanisation des banlieues de grandes villes.

Elle peut s'appuyer sur l'O.D.I.A. dont les missions d'information, de mise en réseau, d'aide financière et de diffusion vont dans le sens d'un juste et judicieux déploiement culturel.

#### PERMETTRE L'EMERGENCE DE TALENTS

Avant de pouvoir faire métier de son art, un amateur va connaître nombre de difficultés, techniques et financières, à rencontrer un public, les médias, les responsables de programmation, susceptibles de lui délivrer un viatique vers le renom. En expression artistique, l'égalité des chances n'est pas de mise : certaines professions sont plus protégées par le biais de formations qualifiantes ; par

exemple les diplômes de conservatoire validant son travail et son talent garantissent à un musicien classique une reconnaissance qui lui ouvre les portes des orchestres et de l'enseignement; en revanche un peintre, un sculpteur, même diplômé de l'Ecole des Beaux-Arts, n'a aucune certitude d'être exposé dans une galerie et acheté par une collectivité, une entreprise ou un particulier; un comédien, une chanteuse de rock, un batteur de jazz peuvent être autodidactes et révéler leur talent sans avoir reçu d'enseignement.

Une Région doit avoir un rôle en faveur de l'émergence de talents, comme elle le fait pour ses sportifs de haut niveau. La Haute-Normandie a déjà mis en place un certain nombre d'actions dans ce sens, en particulier au travers des organismes culturels qu'elle a instaurés. Il s'agit

- dans un premier temps de créer les conditions pour que les artistes soient mis en situation de s'exprimer et surtout de rencontrer un public (on reviendra largement sur ce point)
- ensuite de créer des conditions de repérage de nouveaux talents, afin d'établir un dialogue avec ces jeunes Normands qui méritent d'être suivis, encouragés, aidés très concrètement
- enfin de mettre en place les actions d'aides, pouvant prendre des formes très diverses: par exemple l'initiative du Camion-Musique, que la Région Haute-Normandie, avec d'autres partenaires, met à disposition de groupes normands pour leur permettre d'enregistrer, sans frais, leurs compositions afin de pouvoir se présenter auprès de maisons de disques et de programmateurs, rallie toutes les approbations.

Selon le domaine considéré, l'aide peut être :

• la mise à disposition de locaux et de matériels

- la création d'une bourse de formation complémentaire
- la prise en charge d'édition de documents de communication
- l'organisation de manifestations
- la représentation à l'extérieur de la compétence normande au travers de la participation à des salons d'art, des festivals de musique et de théâtre, d'échanges inter-régionaux.

La Normandie, de cette façon, aide ses propres artistes à se faire connaître ; de plus en favorisant leurs prestations au-delà des frontières régionales et nationales, elle promeut son identité de terre des arts, tant il est vrai que les hommes sont les plus forts vecteurs de la communication.

#### CREER UNE DYNAMIQUE CULTURELLE

Il devient évident, au fil de ce rapport, que les actions suggérées pour atteindre les objectifs relèvent de l'énumération alors qu'une politique culturelle ne peut se réaliser dans la simple juxtaposition ou succession d'actions séparées et limitées dans le temps.

La proposition est donc de structurer ce projet de développement en une grande organisation capable de produire une dynamique qui fertilise en permanence les esprits, grâce à ce mouvement indispensable à la vie culturelle, cette circulation des oeuvres, des connaissances, des hommes.

Pour cela, cette organisation doit asseoir sa valeur sur des qualités fondatrices :

• il faut lui attribuer une belle ampleur (après une expérimentation de quelques années probatoires) afin que les gains en quantité et en qualité de culture soient visibles et que l'image culturelle normande y gagne très sensiblement

- il faut donc l'inscrire dans la durée, pour qu'elle prenne tout son sens et monte en puissance
- il faut qu'elle ait une unité et une cohérence interne pour pouvoir répondre aux objectifs assignés dans un souci de permanence
- il faut qu'elle soit ouverte et fédératrice pour que les Normands s'y retrouvent, valorisés dans leur personne et en même temps heureux de participer à une action collective
- il faut qu'elle associe la valeur fondamentale de la culture, qu'est l'effort pour amender les esprits, à la notion plus moderne de plaisir, et par-là même marier le travail et la fête.

C'est ainsi que l'on peut créer du mouvement, de la vie, inscrire l'acte culturel dans un devenir permanent et, partant, entraîner la population à s'associer à la proposition.

# CONSTRUIRE UN PROJET POUR UNE POPULATION IMPLIQUEE ET ACTIVE

Un projet culturel qui veut se donner toutes les chances d'aboutir, c'est-à-dire de remplir ses objectifs, doit prendre en compte les réalités de la société. D'une part il évitera, sans pour autant tomber dans la démagogie, de se mettre en contresens avec la population à laquelle il s'adresse, d'autre part il gagnera à s'enrichir de ce que la société produit de plus fort et de plus opportun en matière d'esprit de culture.

Ainsi parmi les grandes tendances les plus marquantes qui dessinent la société d'aujourd'hui, on retiendra et on valorisera les traits qui sont autant de marques de la disponibilité de la population à s'impliquer dans une démarche culturelle.

#### LE BESOIN DE SE REALISER

Par ses initiatives, la population manifeste son besoin de réalisation d'elle-même en tant que groupe ou collectivité identifiés. La mondialisation a provoqué partout des sursauts d'identité et les Normands sont prêts à dire au monde d'où ils viennent, qui ils sont et ce qu'ils sont capables de produire. Des fêtes locales, jouant sur la force identificatrice du passé, attestent de la vigueur de cette revendication et un grand projet culturel peut permettre aux Normands d'aller plus loin dans leur recherche d'équilibre entre leur région et le monde en sublimant ces initiatives locales.

#### LE BESOIN DE SE CONNAITRE

La population se montre aussi particulièrement curieuse d'elle-même : cette envie de savoir et de comprendre qui elle est se manifeste par une forte attirance pour les musées de société, l'artisanat, l'histoire, les traditions populaires, l'évolution des conditions de travail à travers les manufactures, les entreprises industrielles, les activités agricoles ou rurales.

Ce qui peut apparaître parfois comme une simple façon d'occuper le temps libre est révélateur d'un goût pour la connaissance de l'évolution de la société et de la créativité humaine. Ce peut être aussi la recherche d'une émotion, face à la puissance technologique, dans ce tourisme d'entreprises qui conduit les curieux vers les grands sites industriels (les usines Renault reçoivent 30 000 visiteurs par an).

Ces comportements sont les preuves d'une envie de se rencontrer, de savoir et de participer à son destin, et ce regard sur ellemême que porte aujourd'hui la population témoigne d'un esprit favorable à l'implantation d'un grand projet culturel.

#### LE BESOIN DE LIBERTE

L'économie de marché qui crée les besoins avant de vendre les produits a induit dans la population une attitude mentale de soif de consommation, qui a désormais investi le champ culturel. Les jeunes, qui sont nés et ont grandi dans ce système, ont été " éduqués " à un comportement standardisé :

- produire une envie
- transformer l'envie en besoin

- légitimer le besoin
- satisfaire le besoin par l'acquisition,

le phénomène compensatoire à cette aliénation étant l'illusion de liberté. L'exemple du boom commercial du téléphone portable (qui est assimilé à un outil culturel par son accès à Internet) est parlant :

- L'envie initiale (hors les cas de réelle nécessité) est celle d'un objet ludique, perçu comme signe extérieur de modernité, de dynamisme, de niveau de vie.
- Cette envie se transforme rapidement en besoin sous l'effet de la publicité qui déculpabilise l'acheteur sur le mode humaniste (le portable comme lien social, comme outil de rapprochement des hommes...).
- Mais l'illusion de liberté est alors préservée par l'immensité du choix : appareils, abonnements, marques, performances, prix...

L'offre culturelle du secteur marchand utilise le même processus (l'image la plus caricaturale du système étant la fabrication du tube de l'été ou du dessin animé de Noël), mais en s'appliquant à faire croire à la population qu'elle choisit ses musiques, son cinéma, ses lectures... En fait la culture se vit en champ clos, mais dans l'idée entretenue d'une totale liberté.

Les pouvoirs publics doivent prendre en compte cette condition et, la sublimant, en faire une véritable revendication et une condition du développement culturel ; car même si elle subit insidieusement l'influence du marché, la population se veut créatrice de sa propre culture. De plus l'esprit même de la pratique en amateur est celui de la libre expression de soi. Par conséquent une organisation culturelle doit toujours trouver la bonne mesure entre une trop

grande distance, qui en se réclamant d'un total respect de la liberté de chacun laisserait à l'abandon une partie de la population, et la contrainte rébarbative d'une culture préfabriquée. L'action régionale doit se construire sur un dialogue permanent : il faut être à l'écoute des attentes et des envies, les accueillir, permettre leur réalisation pour que l'énergie culturelle rayonne depuis ses racines. Mobiliser toute une population n'est pas seulement déplacer les foules pour assister à un spectacle ou un concert, c'est provoquer et favoriser l'émulation créative et productive, c'est écouter, coordonner, imaginer, accompagner, rassurer, impulser ; c'est proposer sans contraindre, faire une offre diversifiée en ses contenus, en ses formes, en ses lieux de rencontre. Il faut créer les conditions d'implication de tous. Par exemple les portes des lieux culturels institutionnels sont pour certains infranchissables : il faut donc en proposer d'autres, plus rassurants ou plus conviviaux :

- lieux publics : salles municipales de quartiers, petits bâtiments patrimoniaux, sites cultuels sous-utilisés...
- lieux de passage : centres commerciaux...
- lieux professionnels : les salles de réunions ou des comités d'entreprises...

La culture, doit se rencontrer partout, de façon naturelle, quotidienne, intégrée à la vie. Elle doit donner, non pas l'illusion de la liberté, mais la réalité d'un libre choix.

#### LE TERRAIN DE LA MODERNITE

Si les pouvoirs publics veulent avoir affaire avec une population - et surtout une jeunesse - culturellement active, ils doivent aller à sa rencontre sur le terrain de la modernité. C'est particulièrement évident dans une région qui présente un taux de jeunesse plus élevé que la moyenne nationale.

- 1 C'est peu de dire que l'image a envahi le monde nous vivons désormais dans une vaste vidéosphère et que l'écran est désormais un support de communication et de culture largement partagé. L'école enseigne l'explication littéraire, c'est-à-dire les méthodes de compréhension du texte et du discours. Cet apprentissage, indispensable pour décrypter le monde de l'écrit et du parlé, n'a pas été relayé par celui de l'analyse de l'image, qu'elle soit publicitaire, artistique, cinématographique, télévisuelle... Elle est bien souvent saisie à son simple niveau narratif ou descriptif. Submergée par l'image, la population n'a pas appris à la hiérarchiser sur le plan esthétique et à déchiffrer la part d'argumentation ou le message idéologique. Elle n'a pas non plus saisi le long fil conducteur qui conduit de la grotte à l'église, de l'église au musée et du musée à l'écran. Il faut intégrer l'image dans la réflexion et l'action culturelles.
- 2 Pas de musique sans amplification! Question de volume? Pas seulement, question de nature même du son produit; c'est désormais autant que le rythme, la mélodie ou l'instrumentation, un élément déterminant de l'esthétique musicale actuelle. Les jeunes ont un rapport très fort à la musique et la vivent dans un contexte de convivialité et de partage. C'est un domaine de forte implication personnelle (achats de matériels, constitution de groupes, sorties aux concerts...). Il doit être pris en considération, sans démagogie, avec le souci de lui adjoindre l'approche culturelle qui lui fait souvent défaut et une exigence artistique selon les

mêmes critères que ceux que l'on peut appliquer à la musique classique :

- · connaissance de l'histoire du genre musical
- connaissance des instruments
- · nécessité de travailler, de répéter
- évaluation des progrès réalisés
- recherche de la meilleure qualité
- rencontre d'autres interprètes, d'ingénieurs du son, de techniciens...

Il suffit ensuite de donner forme à ces objectifs, à l'aide d'ateliers, de tremplins, de forums, de festivals...

3 - Les Techniques d'Information et de Communication vont petit à petit s'installer dans le monde de l'enseignement : l'Education Nationale et les collectivités locales vont allouer - le plus vite serait le mieux - les moyens financiers, matériels et humains pour adapter aux besoins modernes des méthodes et des contenus pédagogiques utilisant les nouvelles technologies. Elles vont permettre un réel développement de l'enseignement à distance et l'accès à tous aux sources de connaissances. Dans ce domaine aussi la culture doit être coordonnée à l'enseignement, l'accompagner ou le prolonger. Les jeunes sont tout acquis à ces outils, rapides, efficaces, leur offrant une potentialité infinie d'informations et de " cyber-rencontres ". Dans l'usage culturel qui doit être fait de ces fantastiques outils, il faut veiller à éviter les dérives :

- de l'apparition de nouvelles inégalités (coût des installations, capacité à les utiliser...)
- de la confusion entre apprendre et comprendre : les T.I.C. sont des outils d'accès au savoir mais n'ont pas compétence à

développer l'esprit (analyse, synthèse, comparaison, sens critique...) ni l'imagination, la sensibilité, la créativité, individuelle et collective.

Si la culture va au-devant de la population sur le terrain des T.I.C., elle peut assurément compter sur une curiosité, une disponibilité, une participation, qui, pour devenir, actes de culture, nécessitent l'organisation de lieux équipés, accueillants, et d'accompagnateurs qui aideront les personnes, non pas à surfer - simple technique de maintien en surface - mais au contraire à approfondir leur questionnement, à élargir leur réponse, pour qu'elles organisent et structurent leur pensée.

Promouvoir les T.I.C., les musiques amplifiées, l'image comme domaines culturels, n'est pas le jeu facile du sacrifice à la modernité. La modernité n'est pas une valeur en soi, qui chercherait à rendre caduques celles issues du passé. S'intéresser à cette culture du terrain constitue une prise en compte de l'actualité sociale comme étape supplémentaire du cheminement des hommes. Même si les nouvelles pratiques sont régulièrement qualifiées de révolutionnaires par les médias, même si elles le sont finalement, elles n'abolissent pas le processus de continuité qui mène les hommes en avant depuis l'aube de l'humanité, liant, sans autre alternative possible, hier à aujourd'hui et aujourd'hui à demain. Le premier devoir de culture n'est-il pas de rendre lisible, cohérente et structurante cette unité à trois éléments ?

## RECHERCHER LA COHERENCE

Dans un monde que l'individu perçoit de façon émiettée sur son écran de télévision ou celui de son ordinateur, un monde où la rupture est intégrée au quotidien (fractures familiales, professionnelles, sociales...), la culture doit être un outil individuel et collectif pour construire cohérence et cohésion.

Un projet culturel régional doit donc s'attacher à organiser un réseau de connexions capable de fournir le plus grand nombre possible de repères.

#### ETRE EN COHERENCE AVEC SES RACINES

Par leur goût pour les commémorations, les films et les reconstitutions historiques, les collections, les brocantes, les Français marquent leur besoin de rattacher leur présent à l'histoire de leurs ancêtres ; les Normands y sont particulièrement sensibles. La découverte des monuments historiques est désormais au premier rang des pratiques culturelles. Il faut analyser rigoureusement ce phénomène pour savoir se positionner sur le plan culturel :

- Cette attirance, récente dans son intensité, s'apparente à un refuge dans la solidité des racines et des appartenances socio-historiques face aux incertitudes du présent, et à un retour à des valeurs esthétiques voire éthiques clairement identifiées face à une modernité souvent insaisissable.
- C'est aussi la réponse à un besoin de continuité familiale et sociale.

Mais cet engouement ne va pas sans risques :

• il repose sur une ambiguïté : l'amateur recherche l'histoire

- mais il la simplifie, jusqu'à la distorsion, en faisant l'économie de sa complexité, en idéalisant le passé sans provoquer réflexion ni jugement critique
- il peut se limiter ainsi à un repli passéiste, si l'appropriation de l'histoire ne se redéploie pas en une vision personnelle de l'avenir, si ce voyage à travers la vie du passé ne se met pas au service d'un regard prospectif sur les enjeux de la construction de son propre avenir.

Les Normands sont curieux de l'histoire et des personnages qui l'ont marquée. La culture doit favoriser ce lien, mais sans hésiter à enrichir sans cesse les voies d'accès à l'histoire : il ne faut pas se contenter de montrer (une fête des vieux métiers, une exposition de costumes, la façade éclairée d'un monument...), il faut expliquer, rendre compréhensibles l'usage d'un matériau par un système économique, l'architecture d'un bâtiment par un contexte idéologique, la disposition d'un atelier par une organisation sociale...

Il faut surtout apporter toute la clarté sur l'évolution d'un site, d'un mode de travail, des rapports humains, entre une époque passée et l'actualité afin de pouvoir trouver sa place dans le cours parfois chaotique de l'histoire.

#### ETRE EN COHERENCE AVEC SON ENVIRONNEMENT

Normands ou non-Normands, citadins ou ruraux, le lien avec l'environnement, humain ou géographique, est fondamental dans la construction du bonheur. Certes, et heureusement, il n'existe pas de critères objectifs de qualité d'un contexte idéal, et le rapport qu'un individu entretient avec son milieu échappe à la raison et s'organise plutôt autour de motifs affectifs. Il n'en reste pas moins

vrai qu'à quelque degré d'attachement où l'on se situe, une approche culturelle de sa région donnera à quiconque toutes les chances de l'apprécier ou de l'aimer davantage encore.

La culture régionale doit s'inscrire dans la connaissance de la Normandie et la promouvoir pour mettre en parfaite harmonie les Normands et leur environnement, en particulier les nouveaux arrivants pour qu'ils puissent comprendre et aimer leur terre d'accueil. Ce travail culturel passe par la prise en compte de tous les éléments régionaux : pas seulement une présentation de type touristique des fleurons communément reconnus, mais aussi - et surtout - une " mise en culture " de ce qui doit être compris pour être accepté et estimé, par exemple :

- le style urbain, souvent décrié, de la reconstruction des villes ravagées par la guerre
- l'implantation de grands sites industriels (pétrochimiques ou nucléaires) et l'effet de dégradation qu'on y rattache
- ou l'incertain climat normand qui rend aléatoire tout projet en extérieur.

Tout doit être déchiffré, expliqué, comparé, valorisé, pour que les Normands vivent en harmonie personnelle avec la réalité normande et pas seulement dans une représentation imposée par les autres.

#### INTEGRER L'EXISTANT CULTUREL

Les 1421 communes haut-normandes, les deux départements, la Région oeuvrent pour la meilleure offre culturelle possible, avec une antériorité différente, des besoins différents, des moyens différents, mais certainement avec la conviction partagée que la culture s'inscrit dans le progrès de la population de Normandie.

La Région Haute-Normandie, par une succession de choix et de décisions, a mis en place au fil des années, une action culturelle globale, en autonomie ou en partenariat, qui l'associe aux politiques locales ou lui confère une tonalité particulière dans des domaines choisis comme l'image, le son ou le patrimoine. Elle se fonde désormais sur des textes (Schéma de Services Collectifs Culturels), se lit dans des budgets et surtout s'appuie sur des hommes à qui la Région marque sa confiance. Musiciens, plasticiens, comédiens, metteurs en scène, danseurs, conservateurs, photographes... la Région sait reconnaître ses propres talents et tout développement culturel doit être pour eux, non pas une remise en question de leur statut ou de leur valeur, mais une chance supplémentaire de s'exprimer et de rencontrer des publics nouveaux. Il en est de même pour les intellectuels, les gestionnaires, les techniciens, ainsi que pour les structures, les programmations et les équipements institutionnels, qui font la preuve de leurs compétences.

Plus encore la conviction relative au développement culturel régional est celle, non d'une simple complémentarité qui risquerait de se transformer en stérile juxtaposition, mais d'une osmose, d'une interpénétration de l'existant et d'un nouveau projet : l'une des conditions de réussite de cette nouvelle politique culturelle régionale (et par conséquent l'un des aspects à retenir dans l'évaluation) est bien la réalité de l'échange, des artistes, des publics (secondairement des moyens matériels) entre ce qui se fait aujourd'hui et ce qui se mettrait en place demain. Ni exclusion, ni rivalité, il s'agit d'une extension de ce qui existe déjà et non d'une formule de substitution.

# ETRE EN COHERENCE AVEC LES GRANDS FONDEMENTS DE LA CULTURE

Dans cette exploration de territoires nouveaux, par des publics peut-être différents et selon des modes d'approche diversifiés, le risque majeur est l'éparpillement et l'oubli des objectifs préétablis dans la dispersion des décisions.

Il y a donc à la clé de la proposition une obligation morale à avoir et à entretenir en permanence afin d'étalonner l'action culturelle selon les grands fondements universels de la culture. Bien que déjà cités au fil de ce rapport, quatre d'entre eux seront rappelés ici, car ressentis comme des valeurs inconditionnelles de l'esprit de la culture et par conséquent des objectifs d'une mission du service public.

- 1 La lecture doit être favorisée avec enthousiasme et opiniâtreté : qu'il s'agisse de consulter une encyclopédie, de se plonger dans un magazine, de découvrir un poème dans un livre-papier ou sur l'écran d'un livre électronique, la lecture est cette extraordinaire entreprise mentale, qui va du décodage de signes à la production de sens ; elle est indispensable au développement personnel et culturel de chacun et à l'intégration de soi dans la société. Il n'y a pas de culture sans lecture : les mots englobent tout et servent la pensée, mais aussi l'image, la musique, les formes.
- 2 La connaissance : Michel de Montaigne disait : " Mieux vaut une tête bien faite qu'une tête bien pleine. ". Personne ne prétendra le contraire. En revanche il serait fâcheux de considérer qu'une proposition est exclusive de l'autre et qu'il faut forcément choisir entre les deux. L'enjeu du savoir se pose différemment : la

culture ne peut se passer d'une certaine somme d'acquis ; pour élaborer des valeurs, construire une personnalité et comprendre le monde, la réflexion se nourrit du savoir, jamais suffisant à lui seul mais indispensable à l'organisation de la pensée.

La culture publique, en prolongement de l'enseignement, doit promouvoir le goût de la connaissance et mettre à disposition les outils, les organisations, les personnes, qui constituent une aide à l'accession du savoir.

3 - La créativité : il n'est pas dans l'esprit de ce rapport de créer l'illusion qu'en chaque individu sommeille un artiste qu'il tient aux pouvoirs publics de révéler. En revanche il est considéré que l'une des clés essentielles d'accès à la culture et à la formation de la personnalité est l'imagination. Se cultiver, c'est avant tout être un explorateur. Etre explorateur, c'est vouloir découvrir ce que l'on ne connaît pas, par conséquent ce que l'on imagine.

La période la plus favorable au développement de l'imagination, et qui prépare à la créativité, est l'enfance. L'enfant dès sa naissance est un explorateur du monde ; il découvre l'inconnu, il expérimente ses doutes, il donne du sens à ce qu'il imagine et peu à peu s'intègre dans la société humaine. Une action culturelle doit opter pour une transmission de la culture dès le plus jeune âge en jouant sur le va-et-vient entre un monde de libre imagination et les règles de la vie réelle. Ce travail peut être mené à partir de livres ou d'instruments de musique et, dans un suivi à long terme et diversifié, permettre d'aller au-delà de la rationalisation de l'école.

4 - La communication : elle est constitutive de la culture. L'ermite le plus instruit soit-il, enfermé dans son isolement et donc dans l'impossibilité d'échanger, n'est pas nécessairement un homme de culture. La communication se déploie à trois niveaux qui structurent la culture :

- La rencontre : aller au-devant des autres pour découvrir l'altérité ou la similitude , se mettre en comparaison avec autrui, son mode de pensée ou de vie, son œuvre, son histoire, est une démarche culturelle essentielle.
- L'échange: la culture est interactive. Elle donne et reçoit; elle trouve là une de ses plus nobles missions, celle de former, d'initier, d'éduquer. Apprendre à l'autre, apprendre de l'autre, à s'interroger, à comprendre, à porter un jugement, à affiner son goût, à vivre ses émotions et construire ses valeurs, cet apprentissage réciproque est un lien social d'une très grande force.
- Le partage : c'est dans le partage culturel que les personnes se retrouvent le plus sûrement et le plus durablement. Vibration et émotion collectives dans une salle de concert, mise en commun des connaissances ou des savoir-faire dans l'organisation d'une manifestation, distribution des rôles dans une activité artistique de groupe : la culture est ce courant alternatif, ce mouvement perpétuel, qui mène chacun vers les autres pour mieux revenir à soi.

La mise en place d'actions culturelles et de préservation du patrimoine passe par l'utilisation d'importants budgets publics. En France chaque année l'Etat sort de ses caisses 37 milliards pour la dépense culturelle (dont 15 du seul ministère de la Culture), les collectivités territoriales (toutes dimensions confondues) font l'effort d'un montant équivalent (chiffres de 1993), tandis que les dépenses culturelles des ménages atteignent 186 milliards de francs (chiffre de 1996).

La Région Haute-Normandie a inscrit un budget culturel 2000 de plus de 55 millions de francs, soit 2% de son budget global. On ne peut se satisfaire d'une saine gestion budgétaire car les enjeux économiques et sociaux sont considérables. Une politique culturelle, construite et conduite efficacement, peut modifier notablement le paysage humain d'une région et lui insuffler une nouvelle identité.

Pour ne pas laisser le hasard battre la mesure, il faut donc, avant toute décision, se fixer des buts, exigeants et accessibles à la fois. Ce n'est pas un exercice facile et confortable car il oblige à mettre à nu des convictions, des principes, des valeurs, qui vont déterminer la vie de la population pendant plusieurs années et risquent de provoquer des réactions contraires qu'il faudra bien assumer. Mais il est indispensable, pour susciter adhésion, coopération, partenariat, et surtout pour ajuster les moyens à mettre en œuvre : les formes adéquates, les programmes appropriés, les budgets alloués, l'encadrement adapté.

La Haute-Normandie a aujourd'hui besoin de définir sa direction pour donner du sens à sa culture : en gérant finement les antagonismes, en travaillant pour et avec toute la population , en recherchant à travers la cohérence des actions celle des personnes et de la collectivité, elle se donne toutes les chances du bien-être des individus et du progrès social, ainsi que celle d'une image collective et authentique.

# TROISIÈME PARTIE

# UN PROJET CULTUREL POUR AFFIRMER LA NORMANDIE: «LES VARIATIONS NORMANDES»

A ce stade du travail de présentation d'un diagnostic et d'objectifs, s'est posée la question de la forme et de l'importance à donner aux orientations retenues. Elles pourraient être de simples conseils ou suggestions et s'en tenir à un premier niveau d'illustration des objectifs. Elles seront en fait organisées en une véritable proposition culturelle, qui a un double mérite :

- il permet de préciser avec la plus grande clarté la philosophie née de cette longue réflexion
- il sert à prouver la faisabilité et le réalisme des objectifs énoncés.

Pour autant il n'est pas question de confondre le rôle de réflexion et de proposition d'un C.E.S.R. avec une fonction usurpée de programmation. Le projet a donc été élaboré sous forme de cadre : c'est une enveloppe, une organisation, non un contenu ; c'est une pâte qu'il faut pétrir, enrichir, travailler et faire lever.

En se construisant, la proposition ne s'est jamais dessaisie de la finalité qui lui a été assignée : affirmer la Normandie. Il faut donc bien comprendre

- qu'elle prend en compte et sans réserve toute la culture, nationale et internationale, remarquable en son caractère universel, et apte à élever les hommes de tous les horizons vers des valeurs communes, ce qu'on pourrait en somme nommer la culture en Normandie,
- qu'elle a surtout pour ambition de révéler et développer une culture de Normandie, celle que produit un territoire bien spécifique, et qui, dans son originalité, n'est réductible à aucune autre.

Il n'y a aucun antagonisme dans ce double processus : les grands écrivains normands font partie du patrimoine universel et on joue Mozart en Normandie. La continuité est parfaitement cohérente entre les deux cultures, à condition de jouer le jeu équitablement et de défendre avec ferveur et fierté la richesse régionale comme un élément du bien-être des Normands.

Le Conseil Régional, les autres collectivités locales sont très engagés dans la promotion de la culture en Haute-Normandie : c'est légitime et incontesté. Mais la culture de Normandie doit bénéficier d'un positionnement plus déterminé. Pour qu'apparaisse nettement cette volonté d'une culture enracinée, le projet a été déterminé en fonction de qualités apparues comme des garanties de lisibilité et de succès : original, fédérateur, interactif, homogène, il se veut identitaire, sans folklore ni nostalgie. Il veut être la marque de l'existence d'une région et de la foi en son avenir, en refusant l'uniformisation des esprits et en promouvant toutes les potentialités, tous les particularismes, qui iront à leur tour enrichir le patrimoine national.

Par commodité, par jeu, par nécessité, le projet a reçu une appellation : Les Variations Normandes ; elle a été choisie pour traduire deux convictions profondes :

- 1 "variations" parce que la culture doit être diverse dans ses formes et ses contenus, et qu'en permanence elle se renouvelle et s'enrichit par les apports nouveaux en lesquels elle puise pour évoluer, se modifier, en un mot varier
- 2 " normandes " parce que la culture est le trait d'union entre un peuple et un territoire qu'il convient de désigner clairement pour que naissent aussitôt des images communautaires, un sentiment collectif d'héritage et de partage, une identité.

Ce titre est logique et signifiant, il peut aussi représenter efficacement la Normandie en termes de communication ; néanmoins d'autres sont possibles (Les Vibrations Normandes, Harmonie-Normandie, Références Normandes, Passions Normandes...) pourvu que la Normandie y soit désignée.

# MORPHOLOGIE DES VARIATIONS NORMANDES

#### L'ESPRIT ET LA REGLE

Les Variations Normandes, comme vecteur de la politique culturelle régionale, doivent constituer une réponse rigoureuse aux objectifs, à la fois piliers du système et règles du jeu.

## Rappel

- La population dans sa diversité en est l'origine et la cible : les propositions émanent d'elle, et la volonté de la rendre active dans le processus de choix, de mise en œuvre et d'expressions individuelles doit être mobilisée.
- La culture offerte par les Variations Normandes doit résoudre les antagonismes et jouer de la richesse des contrastes.
- Elle doit diffuser largement la connaissance, la compréhension et la pratique artistiques mais aussi s'ouvrir à des disciplines plus inhabituelles : les sciences, les techniques, l'économie, les modes de vie, l'artisanat, le sport.
- Elle est évolutive et doit donc favoriser les découvertes, la nouveauté et la création ; c'est la condition de la dynamique culturelle et de l'évolution sociale.
- Les Variations Normandes sont le lieu d'un dialogue permanent qui mêle la population, les élus, les acteurs de la culture, les médiateurs, et qui permet d'ajuster les projets, d'harmoniser les programmes, de provoquer les rencontres, pour la plus grande satisfaction de tous et la gestion la plus rationnelle.
- Les Variations Normandes ont pour objet culturel la

Normandie et affichent sans complexe le désir d'en valoriser les particularismes. Certains sont déjà des valeurs reconnues, mais peut-être plus par les touristes que par les autochtones eux-mêmes ; d'autres méritent de recevoir un éclairage culturel qui favoriserait leur appropriation par la population.

Tous ces points doivent être redits sans lassitude pour que soient bien comprises et admises les règles du jeu

## Le principe fondateur

L'originalité des Variations Normandes est le jeu combiné du thème, du cycle et de l'alternance, d'une part, du travail de fond et de la fête, d'autre part.

1 - Les Variations Normandes sont d'abord un thème (ou pourquoi pas deux qui se conjuguent). Il ne doit pas être perçu comme une contrainte : il est au contraire un sujet pour stimuler l'imagination et la création. Il est choisi dans ce que la Normandie offre de plus intéressant, de plus fort, de plus original, de plus repéré ou au contraire de plus mal connu... C'est celui que l'on veut, à condition qu'il soit très enraciné et porteur de larges et riches possibilités d'abord.

Un exemple va rendre le principe clair : le thème du fantastique (mais ce pourrait être le thème du goût, de la nature, de la beauté...). Il ne s'agit pas de revendiquer pour la Normandie l'exclusivité de l'intérêt pour le monde surnaturel : d'autres populations ont également exprimé leur curiosité pour les univers irrationnels ou leur terreur de l'inexplicable. Ce qui compte c'est le rapport particulier qu'a eu la Normandie avec le fantastique, c'est le lien spécifique qu'elle a entretenu avec ce sombre domaine, ce sont les productions originales qu'elle y a suscitées, c'est la façon dont aujourd'hui encore elle gère, dans un monde réglé par la science, ses relations avec les puissances d'un monde occulte.

Cet ancrage caractéristique dans une mentalité, dans un environnement, dans une histoire, devient objet de culture. Et pour la Normandie, les domaines de recherche ne manquent pas :

- la littérature normande est exemplaire à ce sujet (Maupassant, Barbey d'Aurevilly, pour citer les plus célèbres),
- le conte, écrit ou oral, très prisé en Normandie, a toujours été une forme adaptée au genre,
- l'architecture normande abonde de vitraux, de sculptures, de gargouilles représentant des créatures mythologiques,
- les croyances et la religion ont multiplié animaux extraordinaires et allégories,
- les "j'teux d'sort " sont toujours pris au sérieux mais n'empêchent pas d'aller au cinéma voir "Alien " ou "Les aventuriers de l'arche perdue ".

On voit là, après l'ancrage et la multiplicité des domaines d'expression, le troisième bénéfice qu'apporte la culture par thème : l'analyse historique qui peut en être faite. Comprendre comment l'on passe des croyances des Vikings à l'exploitation de l'émotion dans le cinéma de fiction est du plus vif intérêt, psychologique, sociologique, artistique, bref culturel. Cet exemple du cinéma révèle qu'à partir de la réalité culturelle normande, l'ouverture sur le monde et sur l'actualité se fait tout naturellement : le chemin s'ouvre en éventail et la culture normande rejoint par contiguïté la culture mondiale et universelle. Une programmation sur le thème du fantastique inclurait donc des opéras du grand répertoire (" Les contes d'Hoffmann " d'Offenbach ou " La flûte enchantée " de Mozart), de la musique classique (" L'après-midi d'un faune " de

Debussy), du théâtre (" Le songe d'une nuit d'été " de Shakespeare, une exposition de Jérôme Bosch, Marc Chagall ou Max Ernst ; la science et la médecine auraient aussi beaucoup à dire et à montrer de leur confrontation avec le monde des croyances, des rêves, de la psychiatrie.

Aborder la culture sur le mode thématique, c'est s'assurer de trouver des multitudes de connexions qui permettent de passer de la Normandie au monde, du moyen-âge au présent, de la religion à la musique, d'une soirée de contes dans un village à la salle d'un théâtre lyrique, selon une circulation logique, cohérente, progressive, parfois surprenante. L'important c'est cet itinéraire que la personne emprunte, libre de ses choix et de ses rencontres, en comprenant de mieux en mieux comment fonctionne le monde.

- 2 Mais comme le monde est d'une richesse infinie, il faut bien ouvrir d'autres portes, aborder d'autres thèmes. Pour cela Les Variations Normandes ont choisi le principe du cycle et de l'alternance, permettant de valoriser les atouts normands, de les identifier, de les choisir, de les explorer, de les décliner, de les conjuguer, avec une curiosité, une minutie, une jubilation d'orpailleur. Le cycle permet de développer le thème sur toute l'année (ou sur plusieurs), d'y associer un travail de fond rigoureux autour de manifestations et d'actions de septembre à juin. Cet étalement dans le temps rend possible la circulation de certaines manifestations dont peuvent alors profiter plusieurs communes (expositions, théâtre, concerts, conférences...).
- 3 Il permet aussi de ménager une montée en puissance de la programmation qui se termine par de grandes manifestations festives

(en lien avec le thème de l'année), d'une dizaine de jours début juillet.

Pourquoi ces grandes manifestations?

Au terme d'une année d'action culturelle, menée pas à pas sur le territoire régional, un festival, événement brillant et attractif, est une excellente conclusion. La Haute-Normandie a besoin d'une manifestation culturelle de grande envergure, dont la reconnaissance dépasse ses frontières.

Les retombées d'une grande manifestation sont très appréciables :

- culturelles : c'est le but premier ; elles sont
  - immédiates
  - rémanentes, puisque le festival est en relation thématique avec la programmation annuelle
  - répétitives, selon un prinicipe de rendez-vous annuel avec le public
- sociales : l'organisation d'un festival repose sur un engagement humain très fort et étalé sur le long terme, en particulier dans le domaine du bénévolat : il est un catalyseur de cohésion sociale et de dynamisme collectif
- financières : il est estimé que les retombées financières (dues aux dépenses effectuées par le public) sont trois fois plus importantes que le coût du festival lui-même
- d'image : l'institution organisatrice d'un festival accroît considérablement sa notoriété et la qualité de son image ; elle gagne en dynamisme, en rayonnement, en convivialité ; un festival peut faire connaître un lieu (pour peu qu'il soit cité dans l'appellation) dans le monde entier
- médiatiques : la presse se mobilise sur l'événementiel ; un fes-

tival peut déplacer des centaines de journalistes

La réussite dépend bien sûr de conditions très classiques : la hauteur des financements, les compétences et les savoir-faire, la capacité d'accueil, l'absence de concurrence, l'utilisation des techniques modernes, le temps si tout ou partie se passe en plein air. Elle tient surtout au concept :

- il doit sortir de l'ordinaire
- il doit être en adéquation avec un lieu ou un ensemble de sites présentant des capacités d'accueil proportionnelles aux manifestations
- il doit avoir sa propre capacité de progression
  - par son aptitude à durer
  - par son potentiel d'évolution
  - par son ouverture (sur le monde, sur la modernité...)
- il doit créer des synergies
  - en interne, il s'appuie sur un travail d'équipe
  - il génère une vie culturelle à l'année, dont il est le temps fort apparent
  - il fidélise une relation en externe (fidélité de la presse, du public...)
- il doit offrir des ouvertures
  - vers d'autres publics que locaux
  - vers d'autres styles...

Les Variations Normandes se prêtent à ces exigences, en particulier par leur originalité. Les festivals en France sont généralement voués à un genre artistique : théâtre, cinéma, opéra, musique classique, jazz... Un festival thématique sera chaque année

- une récurrence dans sa forme, son calendrier, et peut-être sa localisation
- · une nouveauté, puisqu'il programmera des spectacles, des

activités, des artistes, différents selon un thème différent

- la possibilité de faire connaître la jeune création
- un prolongement du calendrier dans une période généralement léthargique.

Un thème en remplace un autre ; le rythme le plus évident pour alterner est l'année, mais un thème plus riche ou plus porteur peut se développer sur deux ou trois ans ans consécutifs ou être repris plus rapidement que prévu, ayant révélé la première année sa capacité à mobiliser les acteurs de la vie culturelle et à fédérer les publics. L'année est celle des saisons culturelles, débute en septembre et se terminerait par les festivités estivales.

## Un principe de variété et d'unité

Un thème, qui se déroule sur une année, va irriguer tout le territoire régional, de multiples façons : suggestions des organisateurs, propositions ou demandes d'artistes, d'équipements institutionnels, de communes, de la population ; la dynamique est amorcée par le dialogue dont doit surgir une programmation aussi variée que les thèmes sont ouverts.

La variété est d'abord dans les genres : littérature et beaux-arts sont systématiquement concernés, mais aussi tous les autres domaines de l'intelligence humaine en rapport avec le thème. A l'intérieur des genres, la variété se décline aussi largement. La danse, c'est toute la danse : classique, contemporaine, de salon, orientale ou africaine ; le patrimoine, c'est tout le patrimoine : abbayes et châteaux, moulins et lavoirs, fêtes familiales et cérémonies religieuses, chansons et contes...

La variété, c'est aussi celle des formes, toutes les formes par

lesquelles la culture peut se manifester : des plus classiques (spectacles, concerts, expositions, publications, conférences, projections...) aux plus festives (commémorations, fêtes populaires, reconstitutions historiques, théâtre de marionnettes...), des plus pédagogiques (découverte de métiers, ateliers, initiations...) aux plus conviviales (rencontres d'artistes, débats, tournois, concours, bourses d'échanges, marchés...). Tout est possible, à tous les niveaux, pour toute la population, qui est invitée à imaginer d'autres formes encore... et malgré cette diversité, l'unité que lui confère le thème est flagrante.

L'unité est renforcée par une grille de critères, applicable à toutes les propositions, et qui conditionne l'accès au programme des Variations Normandes.

A priori le critère qui s'impose en art et en culture quand on doit choisir est celui de la qualité. Mais chacun sait qu'il n'y a pas de réponse scientifique ni d'accord unanime à la question de la qualité de l'œuvre d'art ou de l'action culturelle, qu'on y évolue en pleine subjectivité, individuelle et collective ; et que c'est peut-être finalement l'un des moteurs de la dynamique sociale que de sans cesse remettre cette notion de qualité en question.

Même si l'on précise le concept de qualité, on sait qu'il est empreint d'une grande mobilité, que c'est une notion instable. En effet si la référence aux grandes valeurs universelles peut être invoquée (égalité, liberté, justice, respect de la personne, solidarité...), le domaine esthétique est plus insaisissable car il est

- soumis à l'obligation de changement, parfois jusqu'à l'inversion des valeurs
- dépendant des modes
- contaminé par l'esthétisme du secteur marchand.

Il est néanmoins vrai que les pouvoirs publics doivent jouer leur rôle d'arbitre et aider les citoyens à s'élever.

Enfin la qualité est-elle le seul critère à devoir être pris en compte ? Qu'en est-il

- du succès populaire,
- · de la reconnaissance par les pairs,
- · de la caution des critiques et des médias,
- de la valeur d'originalité
- ou du conformisme à une mode,
- · de l'audace,
- de l'adéquation à un projet de société...?

La question est délicate : elle peut se résoudre en privilégiant la démarche et l'effort pour atteindre la qualité. Ainsi les projets peuvent-ils être soumis à ces diverses attentes :

- 1 Première évidence, commune à toutes les propositions :
   le projet doit être en rapport avec le thème et l'esprit des Variations
   Normandes
  - 2 Demandes émanant d'associations d'amateurs :
  - le projet doit définir et signaler ses propres bases de qualité artistique ou culturelle :
    - reconnaissance d'une qualité antérieure avérée
    - autoqualification de la force du projet : original, prestigieux, grand public, pédagogique...
    - mode de sélection des intervenants (audition, CV, capacité d'investissement personnel, disponibilité...)
    - temps d'élaboration, de recherches, de répétition, de montage...

- sollicitation de professionnels référents
- présence d'un jury compétent...
- le projet doit apporter la preuve d'une démarche culturelle de ses intervenants :
  - formation des intervenants, passée ou réclamée
  - demande de stage ou d'encadrement
  - rencontre de professionnels
  - mise en relation avec d'autres acteurs culturels
  - projets et stratégie à long terme...
- le projet doit inclure une proposition de rayonnement :
  - rencontre avec le public
  - intervention en milieu scolaire
  - actions en milieu professionnel (comités d'entreprises...)
  - démarches envisagées pour se produire ailleurs...
- l'association doit s'engager :
  - à gérer rigoureusement : lucidité sur l'évaluation des moyens et objectifs
  - à produire un bilan moral et financier et un rapport d'impact (participants, public, partenaires...)
- 3 Demandes émanant d'institutions ou de professionnels déjà subventionnés

Dans ce cas les critères de qualité sont déjà énoncés dans le cahier des charges ou dans les termes d'une convention. Pour le moins ils sont implicites et le rapport de confiance existe de fait.

Néanmoins les propositions pourraient être retenues sur la base d'un engagement à œuvrer, au sein des Variations Normandes, dans le sens d'un plus large rayonnement et d'une plus grande accessibilité du programme à la population. Les Variations Normandes seraient alors l'occasion d'un renouvellement, analysable en ses effets au moment de l'évaluation.

### 4 - Appels à projets et programmation propre

Il est évident que Les Variations Normandes ne peuvent se contenter de recevoir des propositions mais doivent susciter des créations, des productions, des manifestations en fonction des buts culturels définis. Dans ces cas, les conditions énoncées ci-dessus doivent également être appliquées.

Il apparaît dans ce tableau - avec une insistance voulue - combien la culture doit être associée à une réalité de l'effort.

Même si tous les individus ne sont pas au même niveau sur l'échelle culturelle, même s'ils n'ont pas tous une égale volonté ou une égale capacité à s'investir dans l'effort, même si parfois le plus appliqué d'entre eux s'offre une sortie culturelle dans le seul but de se détendre, l'idée globale, de base, est que la culture est un travail personnel : compulser des documents, comparer des enregistrements, analyser une œuvre, préparer dans les livres une sortie au théâtre, effectuer des recherches en bibliothèque, réfléchir sur une lecture, s'interroger, tenter des réponses, les confronter à celles des intellectuels et des philosophes... doivent être les jalons structurants de la vie.

La culture doit garder le sens originel du mot latin *cultus* qui désignait

- et la culture de la terre, consistant à travailler le sol naturel pour le rendre fertile et améliorer sa production
- et la culture de l'esprit, par l'apprentissage et la pratique de la philosophie qui permettait le développement de l'individu

vers les plus hautes valeurs morales.

Cette superbe métaphore met en évidence la nécessité d'un travail, d'une activité, d'un effort dans la fréquentation des oeuvres du génie humain : l'homme laboure et ensemence son propre esprit, il creuse ses sillons pour récolter plus tard sa moisson.

Les Variations Normandes s'inscrivent dans cette logique culturelle de l'indispensable travail de fond, qui, par l'enrichissement qu'il procure, fait cause commune avec le plaisir.

### LES RAISONS D'ADHERER AU PROJET

Quels sont les bénéfices pour les participants ?

Les motivations des personnes ou des groupes à participer à une action culturelle varient selon qu'il s'agit d'amateurs isolés, de groupes constitués, d'artistes en recherche de professionnalisation ou d'institutions confirmées. Le dialogue ne sera pas le même avec les uns et avec les autres. Hormis les cas d'achats de spectacles ou de prestations de services où l'argent est un argument convaincant, des bénéfices divers, profitables à tous les participants peuvent être avancés.

- 1 La Région a une image institutionnelle de plus en plus marquée. Faire partie de la programmation régionale prend le sens d'une reconnaissance officielle, pour certains de leur existence, artistique, intellectuelle, culturelle, pour d'autres d'un crédit accordé à un travail de plusieurs années.
- 2 On peut compter aussi sur le plaisir et la fierté de participer à un programme régional global, diversifié, identifié, proclamé par la Région et d'autres collectivités. Lorsqu'une organisation cul-

turelle ou un festival gagne en renom et en considération, c'est un honneur pour un artiste que d'y être invité. De plus les Normands auront à cœur de faire valoir leur région en la montrant sous son jour le plus favorable.

- 3 Une responsabilité incombe à l'organisation des Variations Normandes, la communication. Si elle sait atteindre un haut niveau d'efficacité, elle touchera toute la population et de nombreux médias. Ainsi une troupe de théâtre ou une association de peintres, en figurant dans la programmation et donc dans les documents d'informations, recueillera une publicité qui leur amènera un nouveau public, géographiquement et socialement élargi. C'est aussi la possibilité de rencontrer des journalistes et de figurer sur les nouveaux médias, tels les sites informatiques consacrés à la Normandie, consultables hors région.
- 4 Très concrètement et c'est là un aspect important de l'esprit des Variations Normandes - le bénéfice se traduit par tout un environnement d'aides diverses (analysées ci-dessous) ; l'idée de monter une exposition dans un site remarquable ou de jouer une comédie dans des conditions professionnelles représente un formidable stimulant.
- 5 On peut enfin citer l'aide financière. Elle est conditionnée au budget global que la Région peut attribuer au projet et n'a pas contrairement aux autres motifs un caractère systématique.

Quant au public, sa raison de participer est dans la diversité de la programmation (des niveaux, des contenus, des lieux) ; il faut la renforcer par une stratégie de répartition géographique et par une politique tarifaire extrêmement favorable car le coût d'accès à la culture continue d'être un obstacle à la pratique et à la fréquentation selon une logique qu'il faut admettre :

- par manque de moyens : quelques dizaines de milliers de Normands sont en situation de pauvreté
- par manque de garanties de satisfaction : la peur de la déception vient souvent de celle de l'incompréhension.

Le service public doit s'efforcer de supprimer les obstacles et tendre vers une modicité du coût d'accès à la culture. Pour s'en convaincre, on se souviendra que dans le cadre de l'opération annuelle de gratuité des musées, l'augmentation de fréquentation d'un musée (haut-normand, d'un week-end payant à un week-end gratuit) a été de 2000% : édifiant !

### LES PORTEURS DES VARIATIONS NORMANDES

Autant l'esprit de réseau sera essentiel dans la mise en œuvre des Variations Normandes, autant la paternité doit être clairement revendiquée par le Conseil Régional de Haute-Normandie, maître d'œuvre de sa politique culturelle. La Région doit donner à la population des signes forts du rôle primordial qu'elle va jouer dans le développement local et dans l'aménagement du territoire. En culture, Les Variations Normandes doivent remplir cette mission et le Conseil Régional jouer les rôles de moteur, promoteur, organisateur et éventuellement d'animateur.

Il convient de constituer une équipe-pilote autour de quelques permanents, de façon à assumer quatre types de responsabilités :

- 1 les garants du concept, réunis en comité d'experts : élus locaux, fonctionnaires et contractuels régionaux, intellectuels, artistes et amateurs éclairés ; ils sont plus les coordinateurs, les facilitateurs que les "patrons", encore moins les censeurs :
  - ils fixent les règles du jeu
  - ils assurent l'information auprès de la population concernée
  - ils établissent et distribuent les dossiers de demande d'inscription
  - ils sélectionnent les projets en fonction des critères retenus
  - ils établissent les plans de formation et d'encadrement
  - ils ont le souci de l'évaluation des actions engagées...
- 2 les professionnels : salariés à plein temps ou occasionnels, ils assurent :
  - l'aide technique pour une qualité des présentations (mise en place d'expositions, aménagement de salles de spectacles...)
  - le conseil juridique et financier (pour aider à créer une association, à monter un budget, à trouver de l'argent, à établir un bilan...)
  - la formation et l'encadrement : il s'agit de spécialistes reconnus, sollicités pour aider amateurs ou professionnels à progresser dans l'échelle culturelle, à découvrir d'autres sphères artistiques...
- 3 les relais : ils ont le rôle majeur de courroie de transmission ; ils tissent la toile culturelle régionale et sont l'interface active entre la Région et la population. Leur qualification nécessite une réflexion sur les besoins en professionnalisation des intervenants culturels.
  - 4 un responsable de programmation.

Ne sont pas cités ici les professionnels de la communication : service de la Région ? agence privée ? contractuel au sein de l'équipe, qui pourrait avoir aussi la mission de liaison avec les collectivités locales et les institutions (universités, académies...) ?

La force des Variations Normandes tient à l'établissement d'un maillage serré pour être au plus près de la population. Or les maires, leurs conseillers municipaux, les conseillers généraux sont en prise directe avec les citoyens : ils reçoivent en temps réel des informations et des doléances sur les besoins, les désirs, les manques, de la part des artistes, des amateurs, du public, du non-public. Ils ont une grande responsabilité culturelle et représentent souvent la première étape du cheminement de la production. Ils peuvent donc être très actifs dans le circuit des Variations Normandes car il est souhaitable que les propositions de projets passent par le canal des communes, des groupements de communes, de cantons

- · qui s'impliqueraient dans des choix et des actions culturelles
- qui s'engageraient dans une dynamique régionale
- qui présélectionneraient des projets sur des critères de terrain (la Région de toutes façons ne peut pas traiter tous les dossiers)
- qui seraient ainsi partie prenante, par leurs choix et par un apport financier ou technique, important ou symbolique.

Les élus locaux seraient donc amenés à considérer toute requête dans des conditions rigoureuses de décision :

- dialoguer avec les citoyens concernés
- s'entourer d'experts, de conseillers, issus de leur administration et de la société civile
- exiger des dossiers de demande rigoureusement constitués et

répondant aux attentes

- privilégier des actions qui créent des alliances, qui fédèrent, qui mettent en réseau, qui rassemblent, qui organisent la vie de la cité et de la région
- raisonner en termes d'objectifs et de priorités, qui doivent être énoncés et tenus.

Ce travail de base, déterminant, étant établi, le dialogue peut alors s'instaurer avec la Région de façon productive. Un véritable partenariat peut se développer entre les pouvoirs publics et les acteurs culturels, fondé sur le besoin sincèrement exprimé que chacun a de l'autre : un maire a besoin de son orchestre amateur pour faire vivre et animer sa ville, l'orchestre a besoin du pouvoir communal pour obtenir les moyens et les conditions de s'exprimer ; mais le maire a également besoin d'une reconnaissance régionale pour sortir de son localisme ; et la Région a besoin de ce vivier de talents pour son propre rayonnement, etc. Les Variations Normandes peuvent être l'occasion de tisser des liens porteurs d'un engagement systématique et à vie.

Par ailleurs certains dossiers peuvent être négociés en direct avec la Région, dans le cas de mésentente entre une mairie et une association, ou dans le cas d'un projet de grande envergure, dans le cas surtout des grands équipements et de programmes de haut niveau à gros budget.

Enfin la programmation du festival sera établie par un responsable qui pourra librement inviter des artistes ou des productions du niveau national et international.

Les Variations Normandes, en plus de ce réseau vertical, doit

pouvoir compter sur divers partenaires : le projet est mobilisateur, il se joue à l'échelon régional, c'est-à-dire à une place très importante dans le répartition des forces du pays. Il est normal et souhaitable que son entreprise déborde l'administration des collectivités territoriales. Dans ce souhait, il faut voir un autre motif que celui de l'équation raccourcie généralement pratiquée : partenariat = apport de financements. Là encore l'objectif prioritaire reste l'idée du contact avec toute la population, et dans cette mission toutes les volontés sont recherchées :

- le secteur privé et pas seulement les grosses entreprises argentées - avec lequel une véritable coopération peut être menée :
  - actions culturelles avec les comités d'entreprises
  - mise à disposition de lieux : galeries marchandes, hangars...
  - mise à disposition d'archives, de collections...
  - visites culturelles
- les Conseils d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement (C.A.U.E.) : au nombre de cinq en Normandie et relevant des Conseils Généraux, ils jouent un rôle très appréciable en sensibilisation auprès des collectivités ou du milieu scolaire
- Normandie-Métropole, dont le principe d'intercommunalité et la préoccupation culturelle ne peuvent que convenir à la philosophie des Variations Normandes et permettre de développer des actions conjointes et des politiques d'échanges
- Le Conseil Régional de Basse-Normandie, partenaire potentiel, partenaire privilégié, qui devrait être sollicité en toute priorité tant les Variations Normandes ont été pensées dans l'évidence d'une extension à cette autre moitié normande

- L'Etat, et plus particulièrement son représentant la D.R.A.C., comme partenaires naturels de la Région, et qui, par leur expertise, pourraient jouer un rôle important de conseil, d'observation, d'organisation de réseaux
- L'école, le collège, le lycée, quand l'on sait les prodiges réalisés par certains enseignants dont le dévouement, le dynamisme et l'imagination pallient les manques flagrants de l'institution en ce qui concerne l'éveil des enfants aux arts, l'éducation des jeunes à la culture et la résistance au processus d'appauvrissement de l'imaginaire, érodé par les programmes scolaires.

L'équipe des Variations Normandes pourra trouver des interlocuteurs privilégiés auprès du service de l'Action Culturelle du Rectorat, qui a compétence en arts plastiques, cinéma, audiovisuel, danse, lecture, écriture, musique, sciences et techniques, patrimoine et musées, photographie, théâtre et presse. Le dispositif en place, s'il est loin d'offrir une formation culturelle démocratique, a le mérite d'exister, sous forme d'ateliers de pratique artistique, de classes culturelles, de résidences d'artistes, de jumelage classes / équipements culturels, d'enseignants-relais, d'aides aux projets.

Les Variations Normandes doivent prendre un large appui sur ces initiatives et les encourager, en suscitant, ce serait souhaitable, un renforcement significatif de la formation initiale et continue des enseignants. Elles doivent provoquer par la mise en valeur des atouts normands des centres d'intérêt renouvelés qui rapprochent, sur le mode culturel, les jeunes de leur région, par exemple par la découverte des langues et patois, de l'histoire, de la géographie, de l'architecture normands.

• L'Université : Une université est définie par la loi comme " un établissement public à caractère scientifique, culturel et pro-

fessionnel ". En tant que dépositaire des savoirs de l'Humanité, l'Université est conservatrice. En tant que site d'émergence de nouvelles connaissances par la recherche, l'Université, porteuse d'innovations et de questionnements, est révolutionnaire. Par ces aspects qui obligent au dialogue, à une meilleure compréhension de l'autre, à une perception améliorée du monde, par cet équilibre individuel entre la certitude de quelques savoirs et l'immensité des champs d'ignorance, naît lentement la culture. Mais en gardant trop cette culture pour elle-même, en participant peu ou pas à la vie culturelle extérieure à ses murs, en n'animant plus le débat intellectuel, l'Université a bien souvent failli à sa mission d'entretien d'une renaissance continue. Dans sa tour d'ivoire elle s'est lentement sclérosée par manque de créativité exogène. Les T.I.C. ont accentué ce décalage. Ainsi n'est-elle plus la référence culturelle qu'elle a été et qu'elle devrait continuer d'être. Elle apparaît aujourd'hui comme un camp retranché. L'Université doit se ressaisir :

- en disposant à terme d'une université virtuelle qui assurerait son rayonnement et son activité tant dans la région qu'à l'extérieur
- en s'ouvrant aux professionnels, aux industriels, aux collectivités
- en diffusant ce qu'elle produit vers l'extérieur
- en s'impliquant davantage dans la vie quotidienne des Normands, en participant à l'action culturelle, en faisant bénéficier la population de ses savoirs et de ses compétences.

Les Variations Normandes peuvent être une interface, active et accueillante.

C'est une question de volonté individuelle et collective, des enseignants et des étudiants, bridés par le système éducatif français.

### MECANISME ET CALENDRIER

Une politique culturelle ne se joue pas au coup par coup, dans l'improvisation ; même si elle doit garder une souplesse pour des interventions imprévues mais favorables, elle trouve sa solidité dans une vision à long terme et donc dans l'organisation.

Les Variations Normandes nécessitent recul et anticipation pour donner le meilleur d'elles-mêmes. Puisqu'elles fonctionnent par thèmes, la connaissance de ceux-ci très en amont des années qui leur sont consacrées est indispensable. Il semble raisonnable - et rationnel - d'opter pour une anticipation de trois ou quatre ans, permettant de franchir les étapes de façon positive :

1ère étape : le choix du thème

Il peut se faire de manière aléatoire, sur des atouts normands constants ; il peut aussi être déterminé sur le mode opportuniste en fonction de célébrations, régionales ou nationales, et de grandes manifestations programmées, comme l'Armada (mais il n'y a pas obligation à rattacher le thème à un événement signalé).

2ème étape : l'information

Dès qu'un thème est choisi, il doit être rendu public : en effet certains programmes sont lourds à monter (expositions prestigieuses, invitation de chefs d'orchestre internationaux, grands opéras...). Les organisateurs ont besoin de connaître le plus tôt possible l'engagement de la Région en matière d'attribution du label, Les

Variations Normandes ouvrant à une précieuse communication et à d'éventuels financements. Ils peuvent ainsi envisager de monter un programme plus audacieux s'ils savent qu'ils peuvent compter sur ces aides ; ils se limiteront à un projet plus sage s'ils ne sont pas retenus.

De même l'équipe organisatrice aura besoin de temps pour lancer des appels à projet ou prévoir les temps forts du festival.

S'il faut accorder au dialogue préparatoire tout le temps nécessaire, en revanche le rythme des propositions / réponses doit être rapide pour ne pas risquer de démobiliser les bonnes volontés.

3<sup>ème</sup> étape : la diffusion du programme

Les inscriptions doivent être closes chaque année en juin pour que la Région puisse lancer sa campagne de communication en septembre et diffuser les programmes dès la rentrée. De plus à l'approche des festivités de clôture de juillet, une deuxième vague d'information permettrait de relancer l'intérêt et de redonner un coup de projecteur sur la région.

### FORMATION ET ENCADREMENT

Elément crucial dans la philosophie et l'organisation des Variations Normandes, la possibilité d'être initié ou de s'élever dans la connaissance culturelle et la pratique artistique doit être offerte à la population. Elle s'adresse aussi bien à la personne qui n'a jamais franchi la porte de la culture, qu'à un amateur éclairé, qu'à un artiste qui évolue déjà dans le circuit professionnel, l'idée étant de faire toujours mieux ou de découvrir des activités ou des méthodes nouvelles. On pourra toujours rétorquer qu'il existe des bibliothèques

et des écoles de musique, des cours à l'Université et des ateliers de théâtre. Ce n'est pas suffisant : un individu, intéressé par la découverte d'un univers scientifique ou artistique, n'envisage pas forcément une démarche contraignante encore moins professionnalisante. Il peut être tenté par une approche plus ponctuelle, plus légère et une formation délivrée près de chez lui. Il convient de faciliter les rencontres et de mettre en place une pédagogie douce, diversifiée et de qualité.

Le mécanisme peut être simple : dans le dossier déposé par les associations, les troupes, les orchestres, les artistes, les entreprises, et présentant leur projet de manifestation, une partie " demande de formation et d'encadrement " doit permettre d'exprimer leurs besoins et leurs désirs, qui pourraient être satisfaits

- dans différents domaines : aide à la mise en scène, à l'encadrement de tableaux, à la reliure...
- à différents niveaux : découverte, initiation, perfectionnement...
- sous différentes formes : stages ponctuels, encadrement régulier, cycles de conférences...
- par l'intervention de personnes au talent avéré, rassemblées dans le fichier de compétences.

L'équipe-pilote aurait donc pour tâche d'étudier les demandes, de regrouper les actions, de passer des accords (conventions, contrats...) et de veiller au fonctionnement du système durant l'année thématique.

De plus la Région peut aussi programmer des séries d'animations, de conférences, de débats, de projections... en relation avec le thème, confiées à des personnes compétentes : universitaires, architectes, conservateurs, chercheurs, philosophes, écrivains... qui auraient à cœur d'être des guides culturels pour la population.

En plus de cette offre pédagogique, l'aide apportée pourrait être d'ordre

- technique : il serait souhaitable que la Région se constitue un parc de matériel ou procède par location et mise à disposition
- fonctionnelle: établir un projet, monter un dossier, contacter des artistes, démarcher une entreprise comportent des difficultés parfois décourageantes; il faut aider la population pour qu'elle ne se perde pas en chemin dans son désir d'accéder à la culture.

La formation, qui permet de mieux vivre en société et de gravir les marches ascendantes de la culture, est essentielle.

### **COMMUNICATION**

Elle est si évidente qu'il peut paraître surprenant de la mentionner. Mais d'une part le déficit de communication sur la région est ressenti et exprimé par les Normands eux-mêmes, d'autre part son domaine a des mitoyennetés si fortes avec la culture qu'il vaut mieux définir quel type de communication convient le mieux aux Variations Normandes. La première conviction est que l'action de communication, si elle doit assumer très efficacement son rôle d'information et de promotion, doit toujours privilégier celui de mise en relation des hommes, d'outil d'échanges entre les individus. C'est pourquoi la suggestion est multiple :

1 - Il est indispensable d'informer tous les Haut-Normands de l'action culturelle des Variations Normandes : son existence, sa philosophie, les possibilités offertes, sa programmation. C'est donc dans tous les foyers que doivent parvenir les documents, le programme des manifestations devant être particulièrement soigné puisqu'il a vocation à être consulté pendant dix mois.

Selon l'importance donnée aux Variations Normandes, spécialement à son festival, on jugera opportun de diffuser les documents à l'extérieur de la Région et il est important d'établir, à l'occasion de chaque Variation, des liens avec la diaspora normande : les Normands du monde seraient ainsi associés à la culture de leur terre d'origine et, pourquoi pas, pourraient organiser à leur tour des mini-Variations en terre étrangère. Les performances des T.I.C. permettent d'envisager avec réalisme ce bel acte de culture.

2 - La pénétration de la population haut-normande par les médias régionaux est tout à fait importante : lecture du quotidien local, des hebdomadaires régionaux (à forte durée de vie et fort coefficient multiplicateur de lecteurs), fidélité aux émissions de France 3 Normandie. La presse a nécessairement un rôle à jouer dans Les Variations Normandes et pourrait le faire par un partenariat très actif : jeux, concours, feuilletons, productions audiovisuelles... Ce qui compte c'est la conviction qu'agir ensemble et créer ensemble aident tout le monde à mieux vivre.

Il va sans dire que les médias nationaux seraient sollicités dans le même esprit et invités à s'associer à la dynamique des Variations Normandes.

3 - Les Variations Normandes peuvent être, efficacement et opportunément, l'occasion d'une politique d'aide à l'édition : quel que soit le thème choisi, il suscitera des envies d'écrire, de traduire, de rééditer... Il y a tellement à dire et à montrer de la Normandie

et de ce qui s'y rattache, pour que chaque Normand connaisse et comprenne un peu, un peu plus, un peu mieux ce qui l'a précédé ou ce qui l'entoure. Mais la Région n'a pas à se substituer au professionnalisme des éditeurs ; elle peut, par un simple jeu de souscriptions et d'achats en nombre de livres ou de documents enregistrés, permettre l'initiative et la production. La question de la diffusion n'est qu'un jeu de ciblage : envoi gratuit dans les foyers normands pour les modestes plaquettes de vulgarisation, dépôts dans les bibliothèques, les établissements scolaires et d'enseignement supérieur pour les ouvrages plus savants, mise à disposition au Conseil Régional.

4 - On n'insistera jamais trop sur l'importance des actions culturelles en milieu scolaire. Il peut aussi être un lieu de communication. Bien que la publicité commerciale soit interdite dans les établissements, elle circule gaillardement sur les vêtements et les objets des élèves. Par exemple un outil quotidiennement utilisé par les jeunes, l'agenda, véhicule les logos de firmes de boissons ou de chaussures de sport : ne pourrait-il pas être marqué aux couleurs de la Normandie et comporter les rendez-vous culturels des Variations Normandes ? Il serait dans ce cas offert à chaque jeune Normand à la rentrée.

D'autres techniques plus traditionnelles sont à mettre en place ; affichage, documents d'information... le meilleur vecteur de communication restant, c'est sûr, les personnes, d'encadrement et d'enseignement, avec lesquelles il faut dialoguer sans relâche.

Dans ce même esprit d'une communication qui se fait pas les individus, les artistes normands doivent être considérés comme des ambassadeurs : ils emportent et livrent au regard des autres leur talent, leur sensibilité, leur imaginaire, et forcément un peu de leur

terre d'origine. Il faut intensifier dans le cadre des Variations Normandes l'aide à la sortie des artistes et des oeuvres ; par un jeu de politiques d'échanges ou de représentations dans des contextes nationaux, ils doivent être un prolongement, géographique et culturel, et donner de la Normandie une image différente des produits touristiques habituellement sélectionnés.

Si la communication reste à la base le fait de spécialistes du genre, qui sauront trouver les techniques et inventer les stratégies publicitaires pour que l'information circule et séduise, elle est aussi l'affaire de chacun, dans l'idée du dialogue, de l'intérêt qu'on porte à l'autre et de l'engagement solidaire que l'on a avec tous, du seul fait d'être des hommes.

Au-delà de cette communication adaptée à la programmation, il faut se dire que les Variations Normandes, comme tout événement culturel, communiquent par elles-mêmes, par leur impact sur la population et le bouche-à-oreille : l'image qui en émerge ne peut être que forte puisque les Variations Normandes sont

- · annuelles donc répétitives
- fédératrices donc focalisantes
- originales, populaires et ambitieuses donc séduisantes.

### LES BUDGETS

Pour deux raisons il ne sera pas avancé de chiffres dans ce rapport :

 parce que cette question ne peut pas être traitée avec la rapidité lapidaire d'un simple paragraphe; elle doit donner lieu à une étude détaillée, du fait de la diversité des actions envisagées et de l'ampleur du projet • parce que la formule des Variations Normandes offre l'avantage de toute la gamme des possibles en matière de coûts, du modeste jusqu'au plus grandiose, l'important étant de respecter l'esprit et les règles de l'entreprise. C'est un projet à choix multiples et évolutifs. Néanmoins il faut redire que la Région a intérêt à se doter d'une politique culturelle de grande envergure et avec une détermination marquée.

En budget de dépenses, la participation financière de la Région peut se faire à des hauteurs très diverses :

- Elle alloue déjà des subventions à des associations ou des équipements culturels dans le cadre de conventionnements. A l'occasion des discussions de reconduction des engagements, la participation aux Variations Normandes pourrait être suggérée par la Région en légitime contrepartie de l'attribution de la subvention. Mais elle peut aussi l'augmenter ponctuellement pour encourager et faciliter une proposition spécifique.
- Pareillement, elle peut considérer qu'une association d'amateurs n'aura pas plus de frais en oeuvrant pour les Variations Normandes que pour son habituelle manifestation, généralement annuelle et s'abstenir d'une aide financière. Mais elle peut aussi considérer qu'une participation à la programmation des Variations Normandes mérite une aide supplémentaire afin que tout soit mis en œuvre pour une prestation encore meilleure.

Il y a donc toute latitude dans ces deux circonstances pour estimer le montant du budget à consacrer. Sur les autres postes en revanche, la dépense est inévitable, elle concerne :

- les salaires et frais fixes de l'équipe-pilote
- les achats de spectacles et les prestations de service
- le coût du festival
- le coût de la formation et de l'encadrement
- les frais afférents à la communication
- les achats ou location de matériel.
   Mais là aussi le curseur peut être placé à différents niveaux.

Les recettes ne sont pas estimables à ce stade du projet et en l'absence de décisions concernant le caractère onéreux ou gratuit des spectacles. Il est en revanche fondé de compter sur des apports extérieurs à l'institution régionale, émanant de partenariats, publics ou privés, de subventions des fonds européens, pour peu que la programmation s'attache à tisser des liens avec des régions ou des pays d'Europe, par exemple ceux qui ont compté dans l'histoire de la Normandie, comme l'Angleterre, la Scandinavie, la Sicile ou l'Espagne. Le Conseil Régional peut encourager une politique de mécénat, de dations et de legs en faveur des établissements normands habilités à les recevoir. L'Etat peut être également sollicité, en particulier au titre du festival, qui présente les critères d'éligibilité à une aide nationale : l'originalité du concept, la qualité culturelle, le travail de fond.

Les Variations Normandes pouvant voir le jour et fonctionner sans délai, il serait judicieux de lancer rapidement une étude de coût.

### **EVALUATION**

L'évaluation est devenue un devoir politique et moral ; les pouvoirs publics, au regard des sommes consacrées, doivent rendre compte de leurs actions. Cependant il est vrai qu'en culture il sera toujours difficile de déterminer l'épanouissement des personnes, le mieux-être des citoyens, le profit culturel d'une collectivité, les bénéfices sociaux d'un peuple, tous ces gains impalpables et fondamentaux que procure la culture, et de les mettre en regard d'écritures budgétaires. Il faut pourtant s'y astreindre pour éviter la dérive des objectifs et le dérapage des coûts.

Réaliser des audits et des enquêtes, selon une rigueur scientifique, interroger les médias dans leur rôle de caisse de résonance de l'opinion publique, questionner les personnes-relais sur le fonctionnement du système, sonder le non-public (qu'il faut se donner la peine de dénicher et avec lequel il faut dialoguer), interpréter des chiffres de fréquentation, sans complaisance,... il est important de croiser les méthodes d'approche

- pour parvenir à une bonne lisibilité des opérations
- pour juger de leur validité
- pour les faire évoluer.

Ce travail pourrait être mené par un Observatoire Interrégional de la Vie Culturelle, détaché du pouvoir politique et soucieux d'une grande objectivité, tel qu'il est souhaité par les Conseils Economiques et Sociaux de Haute et Basse-Normandie. Il pourrait oeuvrer en amont de l'action par un travail d'étude, de réflexion, de proposition ; au moment de l'action par un appui logistique et une aide aux initiatives ; en aval par une analyse des résultats.

Si une évaluation est toujours un moment difficile, réclamant beaucoup de rigueur, de sens critique, de capacité de remise en question, elle est aussi la possibilité d'un contentement profond, la satisfaction de l'accompli, qui permet au regard jeté en arrière d'être plus clairvoyant encore lorsqu'il se retournera vers l'avenir. Dans leur éthique et leur méthodologie, Les Variations Normandes donnent aux personnes toutes les chances de pratiquer la culture comme un acte de vie, enthousiasmant et révélateur, et de lier dans une même démarche mentale et affective la joie d'apprendre et le plaisir d'aimer.

# DES LIGNES DE FORCE CULTURELLES : DYNAMISME ET SYNERGIES DE LA NORMANDIE

La Normandie en sa richesse et sa diversité dit et redit sans cesse qu'elle est terre d'art (beaux-arts et art de vivre), de patrimoine et de culture. Les étrangers qui la visitent n'en doutent pas un instant ; les Normands, qui ont globalement la fierté de leur région, lui accordent-ils la même curiosité émerveillée que les touristes et finalement connaissent-ils réellement leurs richesses ?

Par un réflexe d'insularité expérimenté à l'intérieur de leurs propres frontières, les Français des villes, des sites et des régions les plus recherchés par les touristes tendent à s'en distancier : refus de s'apparenter aux tribus d'étrangers, canalisés, guidés, captifs et captivés ? sentiment de bien connaître son environnement pour la seule raison d'y avoir toujours vécu ? crainte d'entrer dans des lieux (églises, musées d'art, châteaux...) définitivement consignés par l'école dans le domaine rébarbatif de la culture générale ?

Les habitants d'une région doivent emprunter les chemins de tous les trésors culturels de leur environnement et puiser dans cette manne qui les enrichira en retour.

### RICHESSES NORMANDES

L'intérêt n'est pas dans l'établissement d'une liste exhaustive, mais plutôt de les aborder par grands domaines d'excellence et d'originalité, afin de laisser très ouverte et très mobile une analyse de ce propos.

### La nature

Variée, généreuse, parfaitement domestiquée ou peu marquée par l'homme, la nature en Normandie a une forte personnalité et un très grand pouvoir de séduction : elle invite au tourisme et à la villégiature. Le Normand sait intuitivement qu'il lui doit beaucoup, depuis toujours, qu'elle a toujours été un atout économique majeur, tant par la terre que par la mer, qu'elle est associée au travail des hommes (l'agriculture, la pêche) mais aussi à leur plaisir (les parcs, les jardins, les forêts, les plages et les boucles du fleuve). Elle est enfin rattachée à l'art par la force d'inspiration que suggèrent les rivières, les ciels, la mer...

# L'héritage

La Normandie est dans sa réalité et l'image qu'elle donne une très riche terre d'histoire et de civilisation. Si la perception la plus immédiate en est celle de la magnificence de ses monuments historiques, il en est une autre, plus subtile peut-être, celle de sa capacité d'innovation dans les genres littéraires et artistiques. Un regard qui balaierait l'histoire normande pour n'en retenir que ses traits les plus frappants percevrait cette récurrente marque d'excellence. Cet héritage-là doit stimuler et fertiliser la Normandie d'aujourd'hui : architecture, musique, littérature, c'est en s'abreuvant à cette source de vitalité qu'elle doit réveiller son énergie assoupie et ses forces novatrices. Il faut regarder en avant en sachant à tout moment d'où l'on vient ; il faut rendre l'héritage " actif ".

# L'expression et la création artistiques

Elles se rencontrent dans de nombreux domaines (plus particulièrement en peinture, théâtre, musique) ; elles manifestent une certaine vitalité. Mais elles se maintiennent à un niveau constant sans véritablement prendre l'essor qui les mènerait à une reconnaissance nationale : manque de lieux d'expression et de rencontre (une Maison du théâtre, de la musique et de la danse aurait sa place en Haute-Normandie, comme lieu de programmation et centre de ressources), manque de structures d'accueil (dans quel orchestre les jeunes diplômés du Conservatoire vont-ils se produire ?), manque de projets rassembleurs et d'envergure, manque de moyens financiers pour passer à la vitesse supérieure, manque de cohésion des programmations ? Il y a en Normandie un fourmillement de créateurs et d'interprètes qui auraient besoin d'une profonde respiration, d'un grand souffle collectif pour donner des ailes à leur talent.

## Les sciences et les techniques

Tant dans le domaine de la recherche scientifique et technologique que dans celui de son application économique, la Haute-Normandie est en France un pôle majeur. Sa position maritime et son dynamisme portuaire, le redéploiement des grandes activités du secteur secondaire dans les années 60 ou la vitalité d'une tradition sans cesse réadaptée ont fait de la Haute-Normandie une région industrielle de pointe, en chimie, pétrochimie, automobile, pharmacie, papeterie, nucléaire. De plus elle tend à s'affirmer dans l'exploitation des hautes technologies et peut se prévaloir de quelques activités de pointe.

Une telle implantation, perçue comme source de richesses mais aussi d'inquiétudes relatives à l'écologie, touchant les gens profondément (admiration, angoisse, émotion, croyances...) doit donner lieu à une adaptation culturelle. Il faut que les personnes puissent s'en emparer par le processus positif de la connaissance et de la

compréhension, pour l'appréhender ensuite dans l'intelligence plutôt que dans la suspicion, et l'émotion contrôlée plutôt que débridée.

A partir de ces quatre domaines privilégiés du formidable capital dont peut s'enorgueillir la Normandie, il a été stimulant de se livrer à un exercice d'expérimentation théorique des Variations Normandes

- en imaginant des thèmes d'illustration et d'application
- en en retenant cinq, considérés comme particulièrement révélateurs de la richesse normande
- en les présentant de façon très ouverte, volontairement limitée mais significative, comme domaines d'intervention de l'action culturelle.

Leur étude et la proposition qui s'y rattache émanent d'ateliers, ayant fonctionné sur le mode du "brainstorming": il s'agissait de petits groupes de conseillers chargés de fournir de façon spontanée le plus grand nombre d'indications et de suggestions se rattachant au thème choisi, en un temps limité et dans une totale liberté d'imagination et d'expression; puis de les confronter, mises en forme et organisées au groupe de travail, pour une sélection finale en fonction des critères fondateurs des Variations Normandes : originalité, réalisme, intérêt collectif, faisabilité, efficacité, adaptabilité à la réalité normande, capacité à instruire, éduquer, former, émouvoir, élever les personnes, selon des accroches méthodologiques très diversifiées... C'est ainsi qu'ont été retenus et " travaillés " cinq thèmes fortement liés à la personnalité et au rayonnement de la Normandie. Ils ont été abordés dans l'idée de configurer des Années et envisagés dans leur fort potentiel de déclinaison. Rassemblés en tableau de synthèse, ils constituent une proposition qui balaie de façon large des domaines où l'intelligence et le talent artistique peuvent s'exercer :

*l'eau*: industries, lavoirs, abreuvoirs, fontaines, ports, bateaux, fleuves, mer, pluie...

*la lumière*: illuminations, pyrotechnie, verre, vitrail, photographie, électricité, astronomie, arts du feu, peinture...

*les patrimoines*: conte, jardins, nature métiers, monuments, personnalités, religion, histoire, histoire sociale...

*le mouvement*: musiques, danses, bals, mime, migrations, mesure du temps, cinéma, sculpture, gymnastique...

la parole et l'écrit : théâtre, poésie, romans, nouvelles, livres, papier, calligraphie, presse, bande dessinée...

Aux Normands d'en imaginer d'autres...

# CINQ THEMES DE PREDILECTION POUR LES VARIATIONS NORMANDES

# Une Année de l'eau

Le thème de l'eau se prête très souplement au jeu des associations d'idées et laissent imaginer des manifestations à multiples facettes. L'eau en Normandie est omniprésente (en sous-sol, en surface, au littoral, dans le ciel) et peut être appréhendée par de nombreux abords, artistiques, historiques, sportifs, industriels, économiques, scientifiques ; les perspectives d'actions culturelles sont très larges, très riches, très mobilisatrices, quand on sait de plus que l'eau va être sans doute le plus grand enjeu économique et social du XXI<sup>ème</sup> siècle.

Les questions et les sujets de réflexion étant sans réelles limites, on en retiendra les plus fortes convictions.

C'est un thème fortement identitaire, et même emblématique de toute la région, même si l'Eure est moins dotée en littoral que la Seine-Maritime. En revanche l'axe séquanien constitue un patrimoine commun et partagé, un lien fédérateur entre deux départements dont les caractéristiques physiques et naturelles sont différentes. La thématique générale peut se décliner en des logiques diverses qui, chacune à sa façon, établissent des maillages culturels intéressants :

- la mer / le fleuve / la pluie,
- l'eau qui bouge / l'eau qui stagne,
- l'eau libre / l'eau maîtrisée,
- l'eau de l'art / l'eau de la science.

Enfin l'eau renvoie à des considérations historiques importantes et représente un lien très fort entre l'enracinement et le patrimoine d'une part, les activités normandes, présentes et à venir d'autre part.

Le thème de l'eau peut être traité, à l'intérieur même de la Normandie, sur deux échelles complémentaires : l'eau dans sa globalité et sa suprématie normandes, mais aussi l'eau dans la ponctualité d'espaces géographiquement délimités.

Enfin, l'Année de l'eau pourrait coïncider en toute logique avec les "Armada" et renforcer d'une belle touche culturelle la formidable mobilisation autour de cette grande fête : découverte de l'histoire de la voile ou de la marine de guerre, sociologie de la vie collective à bord d'un bateau, découverte des nationalités représentées...

C'est un vaste domaine culturel qui stimule la réflexion et mobilise l'imaginaire.

 Les pratiques artistiques ont constitué un patrimoine, riche, vivant, se renouvelant sans cesse autour de ce motif. La littérature, la poésie, les contes et légendes, normands ou s'étant donné la Normandie comme cadre, mais aussi universels, ont largement abordé le thème. L'eau a été magnifiquement célébrée par la musique : chants de marins ou grandes symphonies, chansonnettes ou opéras, les compositeurs ont depuis toujours trouvé en l'eau une formidable inspiration. Quant à la peinture, elle en a fait une technique, l'aquarelle, un genre, les marines, et le sujet jamais épuisé de tableaux prenant pour motif le fleuve et la mer, leurs nuances subtiles et leurs infinis chatoiements. La Normandie offre, par la diversité de son littoral, des bords de ses grands fleuves et de ses plus modestes rivières, un décor de rêve pour les artistes que l'eau fascine. Elle doit jouer cette carte en s'engageant plus encore sur cette voie : pourquoi pas un musée régional de la peinture maritime ou l'extension au domaine pictural de l'un de ses musées maritimes? pourquoi pas une grande invitation à peindre, le même jour, sur tous les lieux normands où se rencontre l'eau, adressée aux professionnels et aux amateurs pour une merveilleuse fête de la peinture ? pourquoi pas une exposition majeure des plus grands peintres inspirés par l'eau normande ? l'impressionnisme y trouverait son compte.

- Les espaces naturels et les écosystèmes sont très dépendants de la présence de l'eau : ils sont mal connus de la population dans leur histoire et leur utilité. L'Année de l'eau pourrait être l'occasion de nombreuses actions de promotion et de sensibilisation, pas seulement sur le mode strictement pédagogique, mais aussi ludique et créatif : expositions, contes, films, photographies... sur l'idée de la mise en valeur et de la protection des zones humides, des techniques d'endiguement, des espaces côtiers naturels, des mares et des plans d'eau... L'activité locale peut être valorisée par des activités menées sur la pisciculture ou les cressonnières...
- Le littoral peut être l'objet d'une passionnante approche culturelle. L'impact social et économique de la pêche est déterminant dans l'histoire de la Normandie : l'Année de l'eau doit permettre d'en raviver la mémoire (techniques de pêche, mentalités, organisation de la vie collective, constructions navales...) et aussi d'en éclairer l'actualité (activités de transformation, conserveries...), tout en renforçant l'intérêt de ce qui existe : Fêtes de la mer, musées maritimes, Musée de la pêche... L'Année de l'eau permettrait des coopérations culturelles cohérentes avec la Basse-Normandie, par la mise en valeur et la promotion de toute la façade maritime normande.
- Ce serait l'occasion de s'intéresser à une partie du patrimoine bâti, insuffisamment valorisé (quais, franchissements, fontaines, lavoirs, moulins, abreuvoirs...), à l'urbanisme et l'architecture portuaires (docks, digues, bassins...), au style des stations balnéaires (à étudier dans leurs influences réciproques avec l'Angleterre...), aux paysages (chemins de halage...).

- La Normandie est à la pointe de la création en termes de techniques et d'outils navals (hélices, voilures, coques de bateaux...); il y a une histoire et une actualité autour de la construction navale.
- Le tissu industriel passé et actuel repose particulièrement sur la présence de l'eau : papeteries, textile, pétrochimie, nucléaire, économie portuaire. Des circuits touristiques peuvent proposer des visites d'entreprises et d'installations industrielles. Des expositions itinérantes permettraient de développer des animations de proximité et des rencontres entre la population et l'industrie.

C'est un atout pour les activités touristiques et sportives : des interactions existent entre les pratiques de loisirs (motonautisme, régates, navigation de plaisance, animations des plans d'eau et bases nautiques...) et leur mise en valeur culturelle (sons et lumières, expositions, concours de peintures...). L'Année de l'eau peut être l'occasion d'un éclairage particulier braqué sur les activités thermales en Normandie, sur l'histoire des stations balnéaires (avec implication des particuliers dans la recherche de documents), sur les villages typiques des bords de Seine (avec des stages de formation aux techniques de construction traditionnelles, aux architectures maritimes et côtières, pour les architectes et les artisans).

C'est un excellent sujet de pédagogie, de formation et de communication : l'eau doit être enseignée aux enfants pour qu'ils apprennent sa valeur vitale et leur chance d'y avoir accès : l'eau est-elle un besoin, confisqué par l'économie ? est-elle un droit, comme tout bien patrimonial ? Il faut faire réfléchir les enfants sur le thème

de l'eau, celui, conséquent, de la solidarité : des classes d'eau sont à mettre en place avec l'Education Nationale, des échanges sont possibles entre des classes d'enfants du littoral et de vallées fluviales. Le cinéma, les T.I.C., l'audiovisuel, la photographie, peuvent s'impliquer dans une démarche d'édition, de publication et de documentation. Les techniques de cartographie sont à découvrir.

Le sujet est inépuisable, peut-être pas l'eau pure : la culture est la meilleure façon de s'y intéresser.

#### Une Année de la lumière

La Normandie a une relation très particulière à la lumière. Les décors normands (naturels ou urbains) sont recherchés par les peintres pour l'extraordinaire variété d'éclairages qu'ils proposent, au fil d'une journée, au fil des saisons : clarté, lueur, reflet, éclat, pénombre, clair-obscur, soleil couchant, jeu de miroirs entre le ciel et la surface de l'eau, la Normandie est un enchantement pour celui qui aborde le monde par le regard et le traduit au moyen de sa palette ou de son objectif d'appareil photographique. Il faut à la Normandie, berceau de l'impressionnisme, une Année de la lumière.

## Promouvoir la peinture et la Normandie.

Cette fois encore, quelques pistes sont suggérées, dans la conviction de leur validité, mais aussi dans l'idée qu'elles peuvent en ouvrir d'autres :

- Des précautions sont nécessaires, pour ne pas reproduire des schémas négatifs : il ne faut pas entrer dans le jeu des oppositions stériles
- entre art abstrait et art figuratif : de nombreux artistes ont

- pratiqué l'un avant d'évoluer vers l'autre ou font même parfois des aller-retour entre les deux genres
- entre professionnels, artistes et galeristes, qui, dans un contexte culturel et commercial favorable, devraient être rassurés, sécurisés, dans leur prise de risques respectifs
- entre professionnels et amateurs : il ne s'agit pas d'instaurer des confusions, ni de bercer d'illusions l'amateur qui ne peut prétendre au statut de professionnel ; il faut simplement veiller à un climat de respect mutuel, et donner aux uns et aux autres les moyens adaptés (par exemple éditer et diffuser guides et catalogues des peintres normands), ainsi que s'appliquer à repérer l'amateur susceptible de vivre de sa création.
- Une grande fête de la peinture permettrait d'inviter des grands peintres internationaux et de faire connaître l'excellence normande.
- L'imagination doit présider à l'élaboration du projet culturel de l'Année de la lumière : il faut multiplier les initiatives et les manifestations, et en aucun cas se contenter d'expositions, aussi prestigieuses ou aussi populaires soient-elles. Il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'une programmation globale, coordonnée, dynamique et variée.
- A l'instar des conférences organisées par l'Ecole du Louvre, on peut concevoir dans le cadre de coopérations muséales un programme régional de conférences sur l'histoire de l'art et la connaissance des techniques ; des opérations d'initiation à la pratique picturale peuvent être organisées à grande échelle, au sein d'établissements scolaires ou au niveau municipal, et confiées à des pédagogues reconnus de la peinture.
- Pour stimuler la création, il faut organiser des concours de

peintures. Tout est possible, en termes d'échelles, de genres, de catégories, de récompenses... Il faut mobiliser les enseignants, les élèves, les associations pour créer et exposer, et les mairies pour les accueillir ; il faut que chaque participant ait la possibilité d'aller plus loin, dans l'échelle de reconnaissance, que des jurys passent devant chaque tableau, et que chacun ait le sentiment d'avoir participer à une grande fête collective. Un grand concours régional peut être mis en place, et être l'occasion de faire venir en Normandie des peintres, des amateurs, des jurés, des galeristes invités, pour confronter leur regard à celui des Normands.

- La peinture hors les murs, la peinture sur les murs... Il faut créer un environnement permanent de peinture et la sortir des lieux institutionnels : elle doit s'afficher au cœur même des villes et des lieux de fréquentation publique, dans les conditions respectées de protection des oeuvres. Ce serait la possibilité de porter au regard de la population des tableaux d'artistes de la région. Les panneaux d'affichage publicitaire peuvent être utilisés (en achats d'espaces ou en partenariat) pour des campagnes régionales de promotion de la peinture, reproduisant des chefs-d'œuvre des musées régionaux ou des tableaux d'artistes normands contemporains. Cette présence, étudiée de façon stratégique - par exemple aux entrées de villes - améliorerait considérablement l'image culturelle et l'esthétique des lieux. Le jeu peut être poussé plus loin, en affichage éphémère sur des façades d'immeubles, en projections nocturnes sur des palissades de chantiers... et en grand format.
- La Normandie se situe sur l'axe de deux salles de ventes aux

enchères, d'envergure internationale (Hôtel Drouot à Paris, Christie's à Londres). Les commissaires-priseurs sont nombreux en Normandie et le patrimoine y est reconnu. La Normandie peut prétendre à une vocation d'accueil de grandes ventes de niveau international, en jouant sur le cadre prestigieux de sites connus : Deauville, Honfleur, Rouen, Giverny, Bayeux...

- Les peintres amateurs sont nombreux et dynamiques en Normandie, aussi bien dans les grandes villes que dans les petites communes rurales ; ils constituent un tissu culturel remarquable ; mais rares sont ceux qui peuvent bénéficier d'une notoriété autre que locale. Il faut aider les amateurs à valoriser leur production, en leur offrant d'excellentes conditions de travail et de promotion de leurs oeuvres : ateliers, expositions, organisation de concours, récompenses...
- Les peintres de rue animent, en travaillant en plein air et à la vue des promeneurs, les quartiers des centres-villes de façon sympathique et très appréciée. Une journée pourrait leur être consacrée à travers toute la Haute-Normandie.
- Il ne faut pas laisser sur le bord du chemin les professionnels de la peinture, autres que les artistes : encadreurs, restaurateurs, marchands de couleurs... mériteraient d'avoir leur salon.
- Quant aux collectionneurs ou aux plus modestes amateurs, un grand marché public pourrait leur permettre de vendre, d'acheter ou d'échanger tableaux, dessins ou matériels.

Ce sont là quelques propositions pour honorer la peinture en Normandie et lui donner la place qu'elle mérite d'y occuper. La lumière dans tous ses états.

Il n'a été question que de lumière naturelle et du jeu de la lumière dans le regard des peintres. Mais le concept va beaucoup plus loin : il s'élargit à la dimension de toutes les techniques de l'image utilisant la lumière (cinéma, photographie, télévision...), des matériaux valorisés par la lumière (verre, vitrail...), de la lumière autre que solaire (électricité, feu, astronomie...) et mêle donc aussi bien la création artistique que la réalisation scientifique.

Quelques propositions prioritaires ont été avancées mais n'en excluent aucune autre :

- La Normandie jouit d'une solide notoriété dans le domaine du cinéma avec le Festival du Cinéma Nordique, le festival du Film Russe de Honfleur, le Festival du Film Américain de Deauville, l'accueil d'écritures cinématographiques au Moulin d'Andé, le tournage de films, fréquent en région... La Haute-Normandie entretient une forte tradition de l'image en soutenant la création et la diffusion du patrimoine cinématographique et audiovisuel. Deux structures consacrent leur activité à cette promotion (l'A.R.C.A. et l'I.R.I.S.) : elles doivent être sollicitées et associées très étroitement aux Variations Normandes (courts-métrages, tournages, projections, initiations, festivals...).
- Au premier rang mondial pour le flaconnage des parfums, la Haute-Normandie a un rôle culturel tout désigné à jouer dans le domaine du verre. Un flacon se regarde dans la lumière et révèle ainsi ses formes et son éclat. La vallée de la Bresle, qui concentre un nombre important d'industries verrières, représente une opportunité exceptionnelle pour la promotion culturelle de cet art. Par ailleurs la création artistique dans le

- domaine du verre a prouvé son excellence lors d'une magistrale exposition à Rouen, préfigurant un possible Institut du Verre : le projet pourrait être revu sous une forme actualisée.
- L'Année de la lumière serait bien sûr le temps de montrer et d'expliquer la richesse normande en matière de vitrail : elle est exceptionnelle et mérite d'être mieux connue. Ce serait l'occasion d'imaginer des techniques originales de découvertes de ces verrières généralement haut situées, des rencontres avec les artisans de la restauration et de la création, des ateliers de fabrication, des circuits de découverte du patrimoine normand.
- L'art, on devrait dire l'artifice, pyrotechnique est de plus en plus sophistiqué et impressionnant. La Région pourrait se doter, l'Année de la lumière, d'un festival pyrotechnique international, mettant en valeur et en lumière, les ports, l'estuaire, la Seine et les villes qui hébergeraient la manifestation.
- L'illumination nocturne des monuments est un signe fort, d'identité, de vie, d'hospitalité, donné par les villages ou les villes à leurs habitants et aux touristes. De plus elle permet une image complètement différente de la perception diurne du même site. Cette pratique doit être renforcée en Normandie, qui a tant de bâtiments remarquables à montrer, et qui doit soigner son image de convivialité. Des sites naturels ou industriels méritent le même soin, parce qu'ils témoignent, ainsi éclairés, d'une force esthétique ou d'une originalité architecturale (un pont, un port, une usine...).
- La lumière est l'indispensable outil de la télévision et des T.I.C.: le poids que ces vecteurs de la culture moderne ont pris dans la société impose d'en imaginer toutes les formes de

valorisation : pourquoi pas un salon de la création artistique sur ordinateur ?

Feux de la Saint-Jean, feux et balises, l'Année de la lumière ouvre un domaine culturel sans limites apparentes : histoire de l'art, création artistique, technologie, industries, la lumière est remarquablement présente et représentée en Normandie. Il faut lui donner une dimension culturelle telle qu'elle éclaire aussi les esprits de toute une population.

## Une Année des patrimoines

Ce thème, abordé dans une perspective culturelle, autorise la plus grande confiance du fait d'une adéquation magistrale entre la Normandie et le concept patrimonial.

- Il faut tirer parti du mouvement qui s'affirme en faveur du patrimoine : c'est un fantastique engouement aussi bien savant que populaire. Après le cinéma, le patrimoine occupe la seconde place dans le palmarès des Français en terme de sortie culturelle et, par ordre de fréquentation :
  - 1 les parcs et jardins
  - 2 les sites naturels remarquables
  - 3 les monuments historiques
  - 4 les musées
- On sait que la Normandie est remarquablement dotée dans ces quatre domaines : il faut donc élargir le regard sur le patrimoine et porter l'intérêt et l'attention à un secteur (points 1 et 2) qui jusqu'alors jouit d'une moins bonne considération du fait de son caractère naturel (s'opposant dans les esprits à

culturel) ou non artistique (le jardinier n'ayant jamais été élevé dans la société au rang du peintre). Or la Normandie jouit d'un littoral et de vallées fluviales remarquables, d'un paysage rural des plus typiques et pittoresques, et d'un grand nombre de forêts, de parcs et de jardins de très grande qualité (52 parcs et jardins répertoriés en Haute-Normandie). Par ailleurs ces richesses patrimoniales, recherchées par les visiteurs locaux (lieu de promenade) ou étrangers (lieu de découverte) s'inscrivent parfaitement dans un projet thématique. Quant à la richesse en matière de monuments et musées d'art (points 3 et 4), elle est absolument incontestable. Mais l'approche pourrait en être renouvelée par la découverte éclairée des patrimoines de la reconstruction, de l'architecture du XIXème et du XXème siècles ou du patrimoine industriel. Ce pourrait être l'occasion d'éditer des plaquettes de vulgarisation, par exemple sur les bâtiments majeurs du patrimoine industriel contemporain de la région.

• Sans retirer sa fidélité aux monuments prestigieux (châteaux et cathédrales), la tendance patrimoniale du public se renforce en direction du petit patrimoine : églises et chapelles de village, lavoirs, halles de marché, rues médiévales, manoirs... Exigence de la population d'une qualité du cadre de vie, refroidie par l'urbanisme des grands ensembles ? Besoin quotidien des marques du passé comme signes d'une permanence face à un monde instable à l'avenir incertain ?...Toujours est-il qu'il faut jouer cette carte en Normandie, qui a la chance de posséder un " réservoir " en matière de patrimoine de proximité. Il est en général ni classé ni inscrit et par consé-

quent menacé d'abandon, de démolition, de mutilation ou de défiguration. Il appartient aux communes ou à des particuliers. Mais la Région peut, par un grand projet culturel, induire des prises de conscience, des comportements, des actions tels qu'ils protègent, valorisent et animent cet environnement remarquable : d'une part avec des propositions exigeantes et séduisantes, d'autre part en s'appuyant sur les relais associatifs ou institutionnels (les Conseils en Architecture, Urbanisme et Environnement, l'Agence Régionale pour l'Environnement de Haute-Normandie, le Parc Régional des Boucles de la Seine Normande...). Les axes d'actions doivent s'établir avec le souci de

- favoriser le développement de l'artisanat, de ses compétences, de ses connaissances, en particulier de l'histoire de l'architecture et des matériaux locaux
- influencer les décideurs pour une plus grande exigence dans la délivrance des permis de construire et pour l'octroi d'aides financières à la construction selon des méthodes traditionnelles
- intervenir pour la sauvegarde et l'animation de bâtiments agricoles et industriels anciens et leur intégration dans le paysage
- impulser la mise en œuvre de chartes architecturales pour des opérations de construction ou de rénovation d'H.L.M..
- Il faut s'accorder sur une définition élargie du patrimoine : il faut être en harmonie avec l'approche de plus en plus globale qu'ont les citoyens de leur patrimoine et donc n'en négliger aucun aspect.

Le patrimoine apparaît comme l'ensemble des productions reçues et transmissibles, propres à la civilisation. Cela concerne donc

- les constructions : les monuments, les cités...
- le paysage rural : les paysages naturels ou ceux transformés par l'homme au cours de son histoire
- les éléments du passé industriel : manufactures, usines, machines, moulins...
- les savoir-faire : les métiers, l'artisanat
- la production artistique et culturelle : chansons, littérature, fêtes rituelles, modes de vie, coutumes (une place importante doit être faite à la connaissance de la culture ouvrière, si marquée en Haute-Normandie), les savoirs symboliques, la religion (l'ignorance en culture des religions est galopante et hypothèque gravement la compréhension de l'architecture, de la statuaire, des peintures mythologiques ou religieuses)...

Aujourd'hui le patrimoine n'est plus seulement une collection de monuments, d'objets et de tableaux ; c'est l'ensemble des marques d'appartenance d'un individu à une communauté, et d'une communauté à son histoire et son environnement, marques prises dans leur dimension matérielle (une cathédrale normande) et immatérielle (l'esprit de protection de la propriété qui donne les clos masures ou le goût des Normands pour le rêve et l'aventure).

 Patrimoine et culture : la question qui se pose alors est de savoir si la culture englobe toujours le patrimoine ou si l'une et l'autre recouvrent désormais les mêmes domaines de l'activité humaine.

Il faut se garder de confondre patrimoine et culture et de les réduire l'un à l'autre : il faut conserver au patrimoine son caractère d'héritage et laisser à l'art et la culture la gestion du présent, de l'actualité.

Aux Normands d'être suffisamment affirmés et actifs pour que leur présent soit fort et cohérent avec leur passé afin qu'ils n'y perdent pas leur identité. Le présent, c'est nécessairement l'intégration d'acquis nouveaux, mais sans contradiction ni reniement ni rupture avec son passé, sauf à l'avoir décidé sciemment et dans ce cas c'est le rôle des intellectuels et des politiques d'en expliquer les raisons et le rôle des citoyens d'y adhérer ou d'y faire résistance.

Aux pouvoirs publics de veiller à respecter des impératifs qui justement permettront aux Normands de tirer les forces, aujour-d'hui, des biens hérités du passé.

Il leur incombe donc les missions de

- 1 protéger = préserver, conserver, transmettre
- 2 valoriser = animer, faire connaître, rendre accessible.

Sur le premier point, 93 % des Français expriment leur accord avec les contraintes réglementaires de protection des monuments et sites alentours : c'est un blanc-seing donné aux pouvoirs publics pour agir dans ce domaine !

Sur le deuxième point (qui concerne davantage les Variations Normandes), 82 % des Français estiment que l'ouverture au public et l'animation des lieux de mémoire sont le meilleur gage de protection (et donc de transmission) d'un bien patrimonial. C'est dire si le lien des citoyens avec leur patrimoine est fort.

Au motif de la promenade (79 %) se surajoute celui du plai-

sir culturel : 87 % des visiteurs d'un site historique se disent à la recherche du plaisir d'apprendre ; domaines de prédilection : l'histoire, l'art, l'archéologie. Les visiteurs recherchent dans une moindre proportion une animation ; et dans ce cas, ils préfèrent qu'elle présente un lien évident avec le site et privilégient la reconstitution historique loin devant une manifestation artistique ou une exposition.

- Le pouvoir d'attraction d'un monument historique (et peutêtre par extrapolation, de tout élément patrimonial) est donc bien sa signification culturelle : l'Année des patrimoines se doit d'informer, d'instruire, d'éduquer (fiches, signalétique explicative, visites guidées, édition...) afin de répondre à cette demande du public et de coller à ce qui devrait être une inlassable exigence : développer les connaissances des citoyens pour qu'ils possèdent le plus de références possible leur permettant de donner par comparaison une signification au monde et un sens à leur vie.
- Les routes thématiques du patrimoine. N'existe-t-il pas aujourd'hui un trop grand nombre de routes thématiques en Normandie, d'importance et de fréquentation très inégales ?
   Cette diversité peut être à l'origine de confusions dans les esprits. Certaines ont un rayonnement notable, d'autres sont à valoriser.

La Route des Abbayes est un exemple remarquable, parcourant la Seine-Maritime et l'Eure et présentant des perspectives intéressantes en inter-régionalité ; de plus le concept de cette route peut évoluer et s'élargir (il existe des pans entiers inexploités).

La Route des Chaumières mérite une mise en valeur puisque 27 chaumières remarquables ont été répertoriées en Haute-Normandie, offrant un intérêt touristique majeur, mais aussi architectural et artisanal (structures en torchis, colombages, galandages...).

Les chemins de randonnées, pour l'essentiel, sont particulièrement bien entretenus et fléchés grâce au dynamisme des associations qui en ont la charge et au soutien financier public. Mais ils pourraient être valorisés sur le plan culturel, et en particulier aménagés pour permettre une échappée, une visite, une excursion, puis le retour sur l'itinéraire.

La Route des Verriers mérite qu'on relance de nouvelles initiatives car la richesse culturelle de la vallée de la Bresle se prête à une réflexion dans le cadre de la politique de pays et s'inscrit tout naturellement dans les Variations Normandes, au titre de la lumière comme du patrimoine.

Les chemins de pèlerinages doivent nécessiter des études et aboutir rapidement à des initiatives en relation avec la Basse-Normandie et avec l'Angleterre.

Il serait intéressant de lancer des réflexions tant inter-régionales (Basse-Normandie et Bassin Parisien) qu'européennes (programme Culture 2000 de la Commission Européenne, Programmes d'Initiatives Communautaires) sur une Route des Forteresses de la frontière franco-normande.

Les routes gastronomiques (fromages, cidre, épices...) sont un domaine partagé avec la Basse-Normandie qu'il faudrait traiter à cette échelle, en relation avec les acteurs de l'agriculture

et du tourisme. Ceux-ci doivent davantage s'organiser, structurer des projets, et mobiliser des fonds européens.

Il faut donc clarifier la distinction entre routes thématiques et routes du patrimoine, mettre en synergie les actions des collectivités locales (les deux Régions et les cinq départements normands) et renforcer la communication dans le domaine de la valorisation du patrimoine : les Variations Normandes peuvent être, entre autres, le cadre effectif de ces trois propositions.

- L'accueil dans les sites : il suppose des conditions que les Variations Normandes doivent respecter pour permettre une découverte et une valorisation du patrimoine local. Il faut :
  - s'adresser à toute la population, en s'attachant particulièrement à fidéliser un public d'enfants et de jeunes
  - susciter la curiosité
  - créer des événements à forte plus-value culturelle
  - soigner la signalétique d'approche par une prise en charge des promeneurs et des visiteurs, simple et attractive, à plusieurs kilomètres à la ronde
  - assurer une animation et un accueil par des personnes conviviales et informées
  - parallèlement mettre en place des supports modernes, interactifs, d'animation : bornes, vidéo, micro-informatique, liaisons Internet...)
  - implanter des animations professionnelles, pédagogiques et éducatives
  - renforcer le rôle des associations en lien avec les sites
  - mettre en réseau les sites disposant d'animations perfor-

#### mantes

- inscrire les sites dans les parcours du patrimoine
- pratiquer une politique d'information et de communication
- Les commémorations : elles doivent mettre en valeur
  - les institutions
  - les événements historiques
  - les grands personnages de l'histoire politique, littéraire, artistique, scientifique...

Elles doivent être célébrées avec un plus vif souci du grand public ; il semble qu'actuellement, la plupart des commémorations échappent ne serait-ce qu'à la connaissance de la population. Il faut sortir d'une confidentialité d'experts et organiser des manifestations événementielles plus populaires. Cela nécessite d'avoir une approche large de l'objet de la commémoration : fêter Boïeldieu, ce n'est pas se préoccuper seulement de sa musique, c'est aussi s'intéresser à son époque, à la vie artistique qu'il côtoyait, aux compositeurs qui l'ont inspiré, aux événements politiques qu'il a traversés... Il faut donner aux commémorations un caractère vivant et dynamique en créant une émulation culturelle, par le biais de concours, de remises de prix...

Il faut sélectionner finement les commémorations, en privilégiant celles qui assureront un rayonnement autre que local ; et en particulier célébrer un événement national ou international (la révolution française, les deux guerres mondiales...) en développant l'étude des liens et des répercussions de l'événement en Normandie. Il faut donc travailler en anticipation avec la Direction des Archives de France.

Pour optimiser l'action culturelle dans le domaine des célébrations, la constitution d'un Comité Normand des Commémorations est suggérée, en accord et en partenariat avec le Conseil Economique et Social de Basse-Normandie.

Pour l'Année des patrimoines, l'inter-régionalité normande trouve toute sa raison d'être, toute sa logique, et offre des possibilités de culture et de communication parfaitement cohérentes et efficaces.

#### Une Année du mouvement

L'idée de promouvoir et de fêter le rythme, le mouvement comme thème culturel privilégié en Normandie s'est imposée de multiples façons.

D'abord par l'évidence de l'importance de la musique en Normandie. De riche tradition musicale, la région a été féconde en grands musiciens (François-Adrien Boïeldieu, Camille Saint-Saëns, Erik Satie, Albert Roussel, André Caplet, Arthur Honegger...), ainsi qu'en créations lyriques, à l'opéra de Rouen; elle s'est illustrée à différentes époques avec le chant d'église ou par ce merveilleux instrument qu'est l'orgue, ainsi que par la réputation acquise par la facture instrumentale de la Couture-Boussey. Plus récemment l'influence américaine a fait découvrir le jazz aux Normands et la greffe a pris avec une vitalité et une créativité remarquables. Aujourd'hui la pratique musicale, professionnelle et amateur, continue sa diversification sans rien perdre de son dynamisme.

Conjuguer cet atout de base avec les caractéristiques générales du comportement des Français par rapport à la musique permet d'imaginer un large champ d'action et de développement culturel en Normandie.

La danse est depuis toujours et spontanément associée à la musique parce que celle-ci rythme et organise le geste et le déplacement qui fondent l'expression chorégraphique et corporelle. La Normandie a un fort potentiel dans ce domaine :

- un Centre Chorégraphique National au Havre
- La compagnie Karine Saporta à Caen
- La Compagnie Dominique Boivin dans l'Eure
- un festival très marqué par la danse contemporaine : Octobre en Normandie
- un Conservatoire National de Région, qui forme des élèves et qualifie des professeurs.

C'est un domaine qu'il est sans doute possible d'explorer davantage, à condition peut-être de ne pas être restrictif dans les styles choisis. Le goût des Normands est sans doute plus varié que la programmation qu'on leur propose.

Ce concept, d'abord artistique, du mouvement peut, en Normandie, s'étendre à un domaine beaucoup plus vaste, celui de son histoire, de son image, de sa culture : migrations de populations, passage de bateaux, de soldats, de marchands, de pèlerins, esprit de voyage et d'aventure, rythme du travail (une notion essentielle en Normandie), mesure du temps par les cloches et les carillons de ses églises, mouvements fortement marqués de ses marées et de ses saisons, jeux du vent dans les cerfs-volants de Dieppe... le thème du mouvement n'est décidément pas étranger à la Normandie.

## Le grand succès de la musique

Au sujet de l'écoute musicale, globalement, on peut se réjouir d'une forte poussée du goût pour la musique en France :

- le boom musical des années 70 apparaît comme un phénomène durable
- la nouvelle génération confirme elle aussi une prédilection pour l'écoute ou la pratique musicales
- les équipements domestiques se multiplient en nombre et en types et se perfectionnent
- les genres musicaux s'élargissent : le classique découvre le baroque, le rock se démultiplie en rap, hip-hop, techno..., le jazz flirte avec le classique ou la musique traditionnelle, les musiques du monde s'installent dans le paysage culturel...

Les préférences des Français vont pour :

- 1 la chanson française (44%)
- 2 la variété internationale (22%)
- 3 le classique (18%)
- 4 les musiques du monde (11%)
- 5 le rock (10%)
- 6 le jazz (7%)

Les Français sont de plus en plus nombreux à écouter de la musique ; or le fait d'écouter fréquemment de la musique est associé aux autres formes liées à la musique, et principalement chez les amateurs de musiques actuelles : fréquentation de concerts, pratique en amateurs, rassemblement dans des lieux de convivialité, achat d'éditions et de produits dérivés... Il faut aussi redire le fort pouvoir de sociabilité de ces musiques nouvelles.

De plus la catégorie des amateurs de musique est très " prêteuse " en direction des autres domaines culturels : théâtre, cinéma, lecture...

Ce développement de la musique a surtout profité aux musiques actuelles et il faut savoir que la musique est une forme d'expression artistique qui fonctionne comme signe d'appartenance générationnelle.

En ce qui concerne les pratiques en amateurs, sur 100 Français de plus de 15 ans, 18 font de la musique (instrument ou chant) ; là aussi les jeunes sont les plus concernés, mais le phénomène s'étend de plus en plus aux autres tranches d'âge.

La musique est un domaine aux possibilités immenses, où les pouvoirs publics ont souvent du mal à établir des politiques claires, justes et cohérentes. Quelques grandes vérités s'imposent :

- les jeunes représentent une grande force artistique, critiquable quand elle est gérée par la facilité ou la violence, mais enthousiasmante quand elle s'illustre par la créativité et la sociabilité ; ils sont aussi une force économique évidente par le budget important qu'ils consacrent à leur passion. Il faut regarder de près cette pépinière et favoriser l'émergence de talents
- la porosité des frontières entre culture et loisir, art et divertissement, se renforce, dans le domaine musical comme ailleurs : le matraquage publicitaire des grandes firmes d'éditions musicales, l'usage de la télécommande et maintenant celui d'Internet... déterminent un mode d'appropriation qui met sur le même plan le pire et le meilleur, mais offre la plus grande liberté
- s'il faut veiller à une saine hiérarchisation de la valeur artistique en musique, il ne faut pas cependant exclure des formes musicales qui pour être populaires n'en sont pas pour autant médiocres (les Français qui disent aimer la variété française se déclarent à 49 % amateurs de chansons à texte)
- il faut sans doute rechercher des formes nouvelles et attrac-

tives de programmation : les manifestations médiatiques, populaires et à succès d'aujourd'hui sont, par exemple, Le Festival de Musiques Interceltiques de Lorient (caractérisé par de nombreuses prestations en plein air et un grand tournoi final) ou La Folle Journée, à Nantes (qui fonctionne sur un principe d'accumulation : de concerts, d'artistes, de lieux investis...).

### La danse : un domaine à explorer

En 1989, 24 % des Français disaient avoir assisté au moins une fois à un spectacle de danse ; en 1997, ils sont 32 %.

7 % des Français font de la danse en amateur et l'on constate que cette pratique est particulièrement répandue dans les petites villes de province : voici une activité que les municipalités peuvent inscrire à faible coût dans leur politique d'animation.

Mais contrairement à la musique, l'amateur de danse est assez égocentré : seulement 1 sur 5 a assisté à un spectacle de danse (classique, moderne ou contemporaine) au cours des 12 derniers mois ; encore est-ce souvent dans ce cas un spectacle amateur. Il faudrait travailler dans le sens de favoriser le rapprochement des deux démarches.

Deux messages s'imposent, concernant la mise en place de l'Année du mouvement :

- l'évolution des genres musicaux et du goût des Français invitent à élargir le champ de l'intervention du service public : jusqu'où ?
- le public recherche des formes plus libres, plus souples, moins académiques, dans son mode d'appropriation culturelle ; il

faut trouver des formes d'accueil séduisantes, telles qu'elles dépassent la simple proposition de " consommation " culturelle et lui suggèrent une participation enrichissante : rencontres (professionnels / amateurs), rapprochements (musique/danse, danse/peinture, musique/poésie...), forums, concours, ateliers, spectacles de plein air...

#### Quelles formes peut prendre un événement musical?

D'abord il faut considérer la musique et lui donner vie dans son cadre le plus large possible : ses genres, ses compositeurs, ses interprètes, ses sites, ses instruments, son histoire. Un événement musical n'est pas réductible à un concert ; c'est aussi tout un environnement de connaissances qui permet d'en tirer le meilleur parti, la plus grande compréhension et la plus fine émotion.

Il faut éviter toute discrimination, par le genre musical, par l'âge, par la classe sociale, par le niveau de culture. Et il faut apporter des aides plus marquées là où il y a le plus de besoins.

Il ne faut pas hésiter à programmer en lien et en cohérence avec la terre et le peuple normands

- sur le thème de la mer
- en rapport avec des jumelages ou la présence d'étrangers en Normandie, par exemple à l'occasion de l'Armada par un festival de musiques du monde
- en regard de l'importance d'un instrument : l'orgue, les instruments à vent, d'un genre, l'opéra ou d'un musicien (Boïeldieu, Honegger...)
- en synergie avec des fêtes populaires (Fêtes Jeanne d'Arc, fêtes agricoles, fêtes commerciales...)
- avec l'appui des radios locales

Comment valoriser les forces vives de la Normandie (Conservatoire, écoles de musique, chorales, orchestres, musiciens, compositeurs, instruments...) ?

Il faut d'abord envisager de renforcer les liens entre les lieux culturels de la région : il faut éviter l'individualisme et renforcer les initiatives de mise en réseau : la Région, la D.R.A.C. ont un rôle essentiel à jouer dans cette évolution des mentalités. Il faut favoriser les rencontres entre les jeunes musiciens en ouvrant des lieux d'expression où ils pourront se confronter, se connaître, travailler ensemble. La musique est une terre de fraternité.

Avec l'aide de crédits octroyés par la Communauté Européenne, la Région doit oeuvrer dans le sens d'échanges et de rencontres de jeunes, professionnels ou non, que le goût pour une même musique rapprochent naturellement.

La D.R.A.C. pourrait être sollicitée pour accroître son rôle de médiation afin d'aider à la découverte et la pratique des musiques marginales, en réaction à la discrimination des médias.

L'un des objectifs constants s'affirme, tant pour l'Année du mouvement que pour les autres thèmes, comme le refus de la censure et des clivages. Par exemple il faut aider le grand public à comprendre la musique contemporaine, les adultes à accepter les nouvelles tendances, les jeunes à respecter la musique qu'apprécie le troisième âge : il existe de la part des programmateurs une évidente réticence à satisfaire cette tranche d'âge. Les pouvoirs publics doivent encourager plutôt qu'éradiquer. Ils doivent favoriser l'éclosion de toutes les musiques et valoriser toute la production musicale.

Le geste arrêté, le corps en mouvement : la sculpture, la danse, le mime.

Ce sont des domaines particulièrement favorables au développement, à l'expression et à l'épanouissement de la personne ; ils peuvent être abordés, seul ou en groupe, dans des lieux d'équipement succint et à un niveau adapté à chaque personne qui ne nécessite pas de formation préalable, comme peut l'être le solfège pour la musique. Ce seraient donc des activités à promouvoir dans le cadre de l'Année du mouvement. Or les structures d'accueil sont surtout communales et manquent souvent de communication, d'ambition ou plus simplement de moyens. De plus l'encadrement a recours le plus souvent au bénévolat ; il faudrait qu'il soit complété, ponctuellement ou régulièrement, en des interventions à définir au cas par cas, par des professionnels, veillant tant à la qualité de l'expression artistique qu'à la sécurité physique des personnes (pour la danse). La Région pourrait aussi favoriser la découverte de ces pratiques par des aides financières, accordées dans le cadre de l'Année du mouvement.

La danse offre une image de plaisir collectif et de partage tellement forte qu'on imagine volontiers une grande rencontre régionale de toutes écoles de danse, classique, moderne, de tous genres, ainsi que des opérations pour valoriser la comédie musicale, appréciée par le public, mais très peu défendue au niveau de la création.

La danse et la gymnastique sont de plus en plus pratiquées par les retraités : il faut l'encourager par des animations qui marqueraient la reconnaissance par les pouvoirs publics de ces pratiques qui contribuent à rompre l'isolement et participent à l'épanouissement des personnes.

Des liens logiques peuvent s'établir avec des activités spor-

tives : la gymnastique rythmique et sportive, le patinage, la danse aquatique n'ont pas à craindre un rapprochement avec des domaines artistiques et des actions conjointes peuvent être menées à l'occasion de l'Année du mouvement.

Le mime est un exercice extrêmement rigoureux de maîtrise de soi et de concentration : c'est un art très ouvert, qui tisse spontanément des liens avec le théâtre, la danse, la sculpture, la musique ; l'Année du mouvement pourrait en valoriser les pratiquants, souvent méconnus, et trop facilement assimilés à des saltimbanques, qui font la manche dans les rues commerçantes.

Enfin et pour redire que les Variations Normandes sont un grand domaine où l'on peut tout entreprendre, on peut élargir le thème du mouvement à des considérations moins individuelles et moins artistiques et s'intéresser à des phénomènes naturels et sociaux, qui scandent la vie collective : le vent et les stratégies humaines pour le dompter, le rapport au temps qui passe, l'urbanisme, qui règle le déplacement des personnes, le sport et les gestes qui y sont associés, ou les grands brassages de population, qui redéfinissent au long de l'histoire, la nature d'un peuple régional.

## Une Année de la parole et de l'écrit

Depuis la Chanson de Roland jusqu'aux best-sellers des écrivains normands contemporains, la Normandie affirme sans relâche sa puissance littéraire.

Sans chercher à classifier les écrivains selon leur plus ou moins fort degré de régionalisme, ni à comparer avec d'autres régions la vitalité de la communication orale ou du poids de la parole dans la relation humaine ou les échanges commerciaux, on ne peut que confirmer et proclamer la souveraineté du langage, de la langue et de la littérature françaises en terre normande : le théâtre, le roman, la nouvelle, le conte, la légende, la poésie, tous les genres littéraires ont été innovés ou sublimés en Normandie ; ils sont à découvrir et redécouvrir avec une curiosité renouvelée, et à pratiquer pour une approche plus intime encore.

Par ailleurs ils invitent à explorer d'autres domaines d'activités et de culture : la bande dessinée, la calligraphie, mais aussi le livre et ses techniques, le papier, l'imprimerie, la presse, la parole numérisée, la voix... tous les outils qui depuis toujours ou récemment aident les hommes à échanger leurs informations, leurs messages, et tenter de dire l'indicible.

#### Quels partenaires?

La parole et l'écrit, qui sont non seulement des domaines culturels prépondérants mais les outils de la communication quotidienne des individus doivent bénéficier de toutes les attentions des pouvoirs publics.

Il faut systématiser les partenariats pour établir un maillage très serré, qui permette à la population de rencontrer, en toutes circonstances, les conditions de découverte des oeuvres, de connaissance des auteurs, de compréhension des messages, du plaisir de lire et d'écrire.

Il s'agit donc de quadriller le territoire par des liens forts avec :

- le milieu scolaire et universitaire
- la presse régionale
- les bibliothèques municipales, départementales, associatives
- les bibliothèques publiques... mais insoupçonnées, de l'Ecole

d'Architecture (qui possède un important fonds normand), de l'Ecole Régionale des Beaux-Arts

- · les archives départementales et municipales
- les théâtres, compagnies professionnelles et troupes d'amateurs
- le Conservatoire National de Région et les écoles de théâtre
- le secteur industriel, relatif au livre, au papier et aux outils de communication.

Mention particulière doit être faite de l'artisanat de création et de restauration d'art, très fortement rattachable à l'action culturelle. Par exemple l'Année de la parole et de l'écrit permettrait de valoriser les artisans de la reliure ou de la marionnette. Chaque année, par le jeu de l'alternance des thèmes, la Région aurait l'occasion de mettre en valeur le travail manuel, la création artisanale, les artisans et leurs remarquables compétences.

## Faire lire, faire écrire, faire parler, donner à entendre...

Les Variations Normandes doivent imaginer et multiplier les formes pour donner le goût et développer les compétences dans ce domaine en appui sur les richesses patrimoniales et actuelles de la Normandie :

- découverte de l'histoire des langues : patois, dialectes, français, langues régionales, langues étrangères, langage des signes
- ateliers de contes pour enfants
- incitation à l'écriture de contes pour enfants
- "boutiques" d'écriture pour adultes
- ateliers de théâtre, avec résidence d'artistes, accueils d'écrivains, pour apprendre à écrire une pièce ou un scénario, interpréter un texte, construire une dramaturgie, mettre en

- scène le langage...
- concours, tournois, de créations théâtrales, de poésie, dans les lycées par exemple
- soirées de contes, de lecture à haute voix, sur le mode du gueuloir de Gustave Flaubert
- organisation de débats comme lieux d'échanges et d'enrichissement mutuel
- incitation à l'ouverture de lieux de rencontres : néo-cafés, littéraires, poétiques, philosophiques...
- célébration de Corneille pour mieux comprendre sa place en Normandie et son rapport à son époque (le baroque), et redécouvrir son tempérament d'écrivain et sa personnalité (en découvrant ses comédies, par exemple)
- diverses stratégies autour du signe : dessin, bande dessinée...
- expositions d'autographes, de manuscrits et de portraits d'hommes célèbres
- marché du livre d'occasion, bourses d'échanges de papiers : lettres d'amour, lettres de guerre, revues, archives de particuliers, documents régionaux, journaux intimes... Il faut faire sortir de chez eux les collectionneurs de vieux papiers et les écouter parler de leur passion en leur donnant la possibilité de transmettre leur étonnant savoir. Et pourquoi pas en Normandie une foire internationale des collectionneurs, ce qui ne détonnerait pas avec la mentalité normande ?

L'Année de la parole et de l'écrit doit être organisée en lien étroit avec les associations qui ont une capacité d'actions dans le domaine du livre et de la lecture. Les associations sont des forces vives, très enracinées dans la culture française, et particulièrement

indispensables dans le domaine de l'aide à la lecture qui réclame une grande proximité, presque une intimité avec les personnes, avec les enfants. Elles sont des creusets d'idées et de dévouement. Elles sont libres, même au sein d'actions codéfinies avec les pouvoirs publics, de mener leurs projets, leurs animations, la seule sanction étant celle des résultats obtenus avec les lecteurs. Elles sont une force de propositions et de mobilisation car elles connaissent les besoins des usagers. Souples dans leur fonctionnement, fédératrices d'énergie, inventives, les associations sont des partenaires de choix pour promouvoir et développer la pratique de la lecture, de la parole, de l'écriture. Le travail de médiation en lecture et en écriture est difficile et délicat : il faut révéler, éduquer et instruire, il faut surtout donner envie, l'envie d'ouvrir un livre et de se projeter dans l'histoire, la vie et la pensée d'un autre homme. Il faut oublier l'argument d'utilité que professe l'école et y substituer une réalité de plaisir, jusqu'à la gourmandise, pour que les temps de lire deviennent d'indispensables moments de vie.

## La Région éditeur ?

- La Région doit être promoteur : elle doit avoir le souci de ses écrivains, de ses éditeurs, de ses imprimeurs, de ses lecteurs et favoriser, par les Variations Normandes, tous les maillons de la chaîne, par des engagements d'achats, qui autorisent l'initiative éditoriale.
- L'essentiel des travaux sur la Normandie est réalisée par les Anglo-Saxons. Pour permettre la traduction et la diffusion en région, les Variations Normandes pourraient être le cadre de coéditions dans lesquelles participeraient la Région.
- La Région doit informer les Normands et produire des docu-

- ments de vulgarisation.
- Elle doit aussi accueillir les arrivants et leur fournir un livret culturel d'accueil: par exemple un 32 pages présentant l'histoire de la Normandie, les sites remarquables et les équipements, les activités artistiques, la politique culturelle de la Région, les Variations Normandes.

Les Techniques d'Information et de Communication : quel rôle peut jouer la Région pour en faciliter l'accès et la pratique ?

Elle doit être vigie et promoteur, et

- veiller à la démocratisation de l'outil
- éviter l'écueil de la sédentarisation des gens
- au contraire les inciter à bouger en conviant à des rendezvous culturels, à des participations à des animations
- aider tous les Normands qui ont quelque chose à dire, en les hébergeant sur un site stratégique
- mais sans tomber dans le piège d'une culture régionale officielle
- acheter des espaces de publicité pour sa propre promotion
- se positionner dans une fonction "d'office de tourisme" culturel : lieu de passage, d'information, de conseils, de dialogue...
- faire des T.I.C. non pas une fin en soi mais un outil au service de la pensée.

Afin que toutes ces actions soient harmonisées et puissent trouver les conditions d'une certaine ampleur, il est souhaité que soit constitué un Centre Régional du Livre, commun aux deux Régions normandes, préfiguré par une organisation comme Comellia, qui pourrait dans un premier temps développer trois axes d'interventions :

- recenser et mettre en réseau les professionnels de la lecture et organiser des manifestations (Salons du Livre...)
- renforcer les actions existantes, en initier de nouvelles
  - découverte par les tout petits de l'univers du livre
  - animation avec les publics éloignés du livre
  - lecture à l'hôpital, etc...
- installer un volet Information et Communication par la création d'un site Internet régional (programme d'actions, catalogues d'éditeurs...)

Dans un deuxième temps le C.R.L. normand interviendrait à tous les niveaux de la chaîne du livre pour promouvoir l'édition normande et la lecture dans la population.

L'année de la parole et de l'écrit peut être un formidable levier d'émulation et de promotion culturelles, tant ces deux modes d'expression, dans leur caractère quotidien ou sublime, sont les voies royales d'accès au savoir, à la culture et à l'émotion.

Il aurait été plaisant de poursuivre le travail de réflexion sur d'autres thèmes, d'autres interventions, d'autres projets, ou sur les connexions qui s'établissent d'un thème à l'autre et qui peuvent renforcer la perception des particularismes normands et établir des continuités dans l'action culturelle.

Mais c'est du ressort d'un autre groupe d'étude, celui qui, au sein du Conseil Régional, rassemblera des élus, des intellectuels, des artistes, des enseignants, des représentants d'associations, des professionnels du monde du travail... Ils détermineront des champs d'expérimentation, de création, de recherche, de rêve, où l'homme exerce son intelligence, sa sensibilité et son ambition. Penchés sur la Normandie et ses richesses, ensemble ils choisiront un thème, puis un autre, et un autre encore, pour célébrer chaque année la région qui les suscite et la culture qui les éclaire, en de multiples variations.

# **CONCLUSION**

La question de la culture se pose aujourd'hui avec une acuité et une ampleur sans précédent, tant aux citoyens eux-mêmes, sollicités par de nouveaux produits, de nouveaux modes d'appropriation, des formes nouvelles, qu'aux dirigeants, politiques, économiques, intellectuels, à travers des thèmes fondamentaux de l'organisation sociale: le multiculturalisme, l'homogénéisation culturelle internationale, les cultures urbaines, l'éducation à l'art, l'industrie culturelle, la culture d'entreprise, les identités, régionales, nationales, ethniques ou religieuses...

Les réponses sont nécessairement diverses, complexes et évolutives, s'agissant des pays industriels soumis aux rapides et incessantes mutations technologiques et sociales. Mais elles sont indispensables et le discours politique ne peut pas faire l'économie d'engagements clairs sur tous ces sujets. Les réponses, les propositions, les actions mises en œuvre n'auront pour autant rien de coercitif ni d'exclusif, et devront intégrer avec la plus grande souplesse la dimension spatiale et temporelle de la culture :

- que la Haute-Normandie promeuve la culture universelle, nationale, étrangère reste indéniable, mais qu'elle sache aussi faire connaître et reconnaître le territoire normand comme lieu de culture et de création
- que l'offre culturelle ne soit jamais figée dans le temps mais qu'elle se développe selon une dynamique qui permette à la recherche, à la créativité, à l'imagination d'inscrire les Normands dans la marche de l'histoire et d'enrichir sans cesse leur patrimoine commun.

La culture est création permanente et la région doit revendi-

CONCLUSION 

1 209

quer fortement ce qu'elle a déjà produit et, avec une même conviction, tout ce qu'elle est capable d'offrir aujourd'hui et demain, aidant ainsi chaque citoyen à se construire au sein d'une collectivité en constante transformation.

En effet, lorsqu'un individu cherche à atteindre une satisfaction intellectuelle et émotionnelle, c'est la culture qui lui offre des continents à explorer. Lorsqu'il s'interroge sur la valeur de ses actes ou qu'il se trouble de l'incertitude de son devenir, c'est aussi vers la culture qu'il se tourne pour élaborer des réponses à son questionnement.

Il tente de donner un sens à sa vie, de l'orienter dans ce qu'il pense être la bonne direction, de lui trouver une signification dans le grand dictionnaire de l'humanité.

Or le sens est une co-production et relie chaque individu à l'autre, à tous les autres, ceux qui l'ont précédé et ceux qui l'entourent.

C'est le rôle des pouvoirs publics de favoriser les liens au sein de la communauté et l'émergence des réponses. Le Conseil Régional de Haute-Normandie, qui a la charge de veiller à l'épanouissement d'1,8 million de citoyens, doit être l'artisan de cette mission et

- permettre à tous d'acquérir et d'organiser les connaissances qui éclairent la complexité de la condition humaine
- équilibrer la perception du monde, en son double accès : l'explication rationnelle et la vision esthétique, car réfléchir sur le destin humain passe autant par la recherche des vérités de la science que par une qualité poétique de l'existence
- favoriser les liaisons, les rencontres, le partage, la coopération entre les individus, pour qu'ils se sentent rattachés à une his-

toire, à une communauté, à des valeurs, à des projets communs, et qu'ils apprennent à être citoyens de leur région, de leur pays, de l'Europe et du monde.

Un projet global régional doit ainsi prendre en compte les intérêts individuels en se donnant pour objectif la réussite collective. Chaque citoyen aura alors le sentiment de prendre la bonne direction : celle d'une satisfaction personnelle qui ne l'inscrit pas en contresens de la marche commune et qui lui permet de mieux gérer sa fragilité et ses incertitudes.

CONCLUSION 

11 211

# PETIT FLORILEGE

Page
"Une réflexion sur la culture, lucide, exigeante et prospective, est aujourd'hui indissociable de toute action politique, quel que soit le domaine où celle-ci s'exerce."
"La culture, c'est la relation qu'un homme ou une communauté entretient avec les œuvres de l'art, les productions de l'esprit et le patrimoine de l'humanité"
"Le citoyen accorde volontiers ses faveurs à un territoire aux dimensions accessibles"16
"Il s'agit de proposer la Normandie comme objet et espace de culture"19
"La longue façade maritime de la Normandie est un atout considérable : la Normandie est née de la mer"30
"Au cœur battant de la culture, il y a la lecture"46
"Un fossé se creuse entre la population et l'offre culturelle, entretenant l'idée de l'inaccessibilité de la culture"51
"L'institution régionale doit affirmer sa conviction culturelle"55
"La culture, si elle est forte, détermine les mœurs, les comportements, les représentations mentales, les relations sociales."74
"La culture, c'est l'appropriation par les individus, à un degré personnel plus ou moins fort de curiosité, de compétence et d'émotion, de ce que la collectivité produit : sa propre histoire, ses organisations, ses inventions, ses modes de vie, ses techniques de communication, ses croyances, ses langages, ses œuvres d'art."87
"La politique culturelle haut-normande doit trouver des solutions dialectiques au conflit de la tradition et de la modernité, en ayant la volonté d'en rendre flagrante l'inséparabilité"

"Au même titre que l'on respecte les identités ethniques, il faut savoir accepter les distinctions culturelles dues à l'âge, au milieu professionnel, aux croyances religieuses, aux traditions de classe"93
"Un antagonisme doit être aboli, celui qui oppose le scientifique et le technicien à l'artiste et l'intellectuel"94
"C'est à la culture que revient le rôle d'apprendre à chacun un savoir-être"
"La démocratisation de la culture passe par la médiation de la culture, au meilleur niveau"107
"Tout le monde, par déficit d'éducation ou par manque d'intérêt, n'a pas la possibilité d'entrer en contact intime, de compréhension et de familiarité, avec les œuvres, les inventions et les découvertes : il faut des intermédiaires, des "passeurs" dans tous les domaines où s'expriment la sensibilité et l'intelligence humaine, pour que la peur de ne pas comprendre ne soit plus la raison d'une mise à l'écart de la vie culturelle"
"Un projet culturel qui veut se donner toutes les chances d'aboutir, c'est-à-dire de remplir ses objectifs, doit prendre en compte les réalités de la société"
"La culture doit donner, non pas l'illusion de la liberté, mais la réalité d'un libre choix"
"La culture doit être un outil individuel et collectif pour construire cohérence et cohésion"
"L'originalité des variations normandes est le jeu combiné du thème, du cycle et de l'alternance, d'une part, du travail de fond et de la fête, d'autre part"
"En tant que dépositaire des savoirs de l'Humanité, l'Université est conservatrice. En tant que site d'émergence de nouvelles connaissances par la recherche, l'Université, porteuse d'innovations et de questionnements, est révolutionnaire."

"Une politique culturelle ne se joue pas au coup par coup, dans l'improvisation ; elle trouve sa solidité dans une vision à long terme et donc dans l'organisation"
"Dans leur éthique et leur méthodologie, les Variations Normandes donnent aux personnes toutes les chances de pratiquer la culture comme un acte de vie, enthousiasmant et révélateur, et de lier dans une même démarche mentale et affective la joie d'apprendre et le plaisir d'aimer"
"La Normandie en sa richesse et sa diversité dit et redit sans cesse qu'elle est terre d'art (beaux-arts et art de vivre), de patrimoine et de culture."
"Il faut regarder en avant en sachant à tout moment d'où l'on vient ; il faut rendre l'héritage "actif"168
"Il y a en Normandie un fourmillement de créateurs et d'interprètes qui auraient besoin d'une profonde respiration, d'un grand souffle collectif pour donner des ailes à leur talent"
"Lorsqu'un individu cherche à atteindre une satisfaction intellectuelle et émotionnelle, c'est la culture qui lui offre des conti- nents à explorer. Lorsqu'il s'interroge sur la valeur de ses actes ou qu'il se trouble de l'incertitude de son devenir, c'est aussi vers la culture qu'il se tourne pour élaborer des réponses à son
questionnement."

### **SIGLES**

A.R.C.A. : Association Régionale du Cinéma et de l'Audiovisuel

C.A.U.E. : Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement

C.C.S.T.I. : Centres de Culture Scientifique, Technique et Industrielle

C.E.S.R. : Conseil Economique et Social Régional

COMELLIA: COopération des MÉtiers de la Lecture, du LIvre et de l'Audiovisuel en Haute-Normandie

C.R.J.H.N. : Centre Régional du Jazz de Haute-Normandie

C.R.L. : Centre Régional des Lettres

C.2.R. : Centre Régional du Rock et des musiques actuelles

D.R.A.C. : Direction Régionale des Affaires Culturelles

F.R.A.C. : Fonds Régional d'Art Contemporain

I.R.I.S. : Institut Régional de l'Image et du Son

O.D.I.A. : Office de Diffusion et d'Information Artistique

de Normandie

S.S.C. : Schéma de Services Collectifs

T.I.C. : Techniques d'Information et de Communication

- LESPINASSE François, La Normandie vue par les peintres, Edita Lausanne, 1988
- LES ETUDES NORMANDES, Exposés et méthodes, Editions René-Paul COLAS 19, rue Royale – BAYEUX, 1944 (à ne pas confondre avec la revue postérieure portant le même titre)
- MABIRE Jean, La normanité, in Dits ès Normands, les Editions de l'Esnèque, 1998
- MABIRE Jean et RAGACHE Jean-Robert, Histoire de la Normandie, Hachette, 1976
- MAZE Jean, La frénésie culturelle, Editions l'Age d'Homme, 1999
- NORMANDIE, Cadre Naturel Histoire- Art Littérature-Langue- Economie, Traditions Populaires, Editions Christian BONNETON, 2<sup>ème</sup> édition
- PATTE Didier, " Quand j'entends le mot culture, je sors ... mon édito!", Recueil en deux tomes des éditoriaux culturels, Edition de l'Esnèque – 1999
- RIPON Romuald, Le poids économique des activités artistiques en amateur, La Documentation Française Département des Etudes et de la prospective Ministère de la Culture, 1996.
- SCHNEIDER Michel, La comédie de la culture, Seuil, 1993
- URFALINO Philippe, L'invention de la politique culturelle, La Documentation Française 1996.
- WARNIER Jean-Pierre, La mondialisation de la culture, La découverte

## Rapport des Conseils Economiques et Sociaux:

- Conseil Economique et Social Régional de Haute-Normandie
  - " Avis sur la valorisation du patrimoine rural " juin 1986
  - " Pour un tourisme normand " avril 1988
  - "Animation du patrimoine lié au tourisme " avril 1988
  - "Le livre et l'édition en Haute-Normandie " mars 1990
  - "Les enseignements artistiques en Haute-Normandie "mars 1991
  - "Les Normands à la conquête de leur futur " avril 2000
- Conseil Economique et Social Régional de Basse-Normandie "Les festivals et manifestations culturelles à caractère répétitif" 1996
- Conseil Economique et Social Régional de Bretagne
   "La dynamique culturelle bretonne " 2000

### **BIBLIOGRAPHIE**

Ouvrages nationaux et régionaux

- Atlas des activités culturelles, La Documentation Française Ministère de la Culture
- sous la direction de BOUARD Michel, HISTOIRE DE NOR-MANDIE, Collection "Univers de la France" - Privat, 1970
- CLARY Daniel, La Normandie, P.U.F, Paris, 1987
- DATAIN Jean, LA VARENDE ET LES VALEURS NOR-MANDES, essai régionaliste, éditions R.JACQUELINE – SAINT LO – 1953
- DOCUMENTS DE L'HISTOIRE DE LA NORMANDIE, Collection " Univers de la France " - Privat, 1970
- DONNAT Olivier, Les pratiques culturelles des Français, La Documentation Française - Département des Etudes et de la prospective – Ministère de la Culture, 1998
- DONNAT Olivier, Enquête sur les activités artistiques des Français, La Documentation Française - Département des Etudes et de la prospective – Ministère de la Culture, 1996
- sous la direction de GUERMOND Yves, La Haute-Normandie sur deux horizons, La Documentation Française, 1993
- FUMAROLI Marc, L'état culturel, Editions de Fallois, 1991
- GUIGOT Michèle, les grands problèmes contemporains, Edition C.N.E.D. 1998
- GUILLET François, Naissance de la Normandie, Genèse et épanouissement d'une image régionale en France, 1750 - 1850, Edition Les annales de Normandie, 2001
- Haute-Normandie, l'Encyclopédie, MSG Editions, 1998
- HUGOT Jean-Paul, Conditions de création d'une fondation du patrimoine français, Rapport au Ministère de la Culture, 1994
- L'identité, Editions Sciences Humaines, 1999.
- KLEIN Jacques-Sylvain, LA NORMANDIE, BERCEAU DE L'IMPRESSIONNISME, 1820 – 1900, Editions Ouest France, 1996
- LATARJET Bernard, l'Aménagement culturel du territoire, La Documentation Française - 1992

Conseil Economique et Social National
 "Evénements culturels et développement local " 1998

#### Revues culturelles normandes:

• Etudes Normandes, IRED, Mont-Saint-Aignan, avec les numéros suivants :

N°1 – 1981 " Ecrivains normands et leur terroir "

N°1 – 1984 " Corneille et la Normandie "

N°3 - 1992 " Culture et Enseignement en Normandie "

N°2 - 1993 " Culture au XXème siècle "

N°3 – 1993 " Patrimoine Normand"

N°1 – 1995 " Les Normands, Peuple d'Europe "

N°1 – 1997 " La Vie Littéraire à Rouen au XVIII<sup>eme</sup> siècle "

N°4 – 1999 " Histoire Culturelle de la Normandie "

• Sciences Humaines

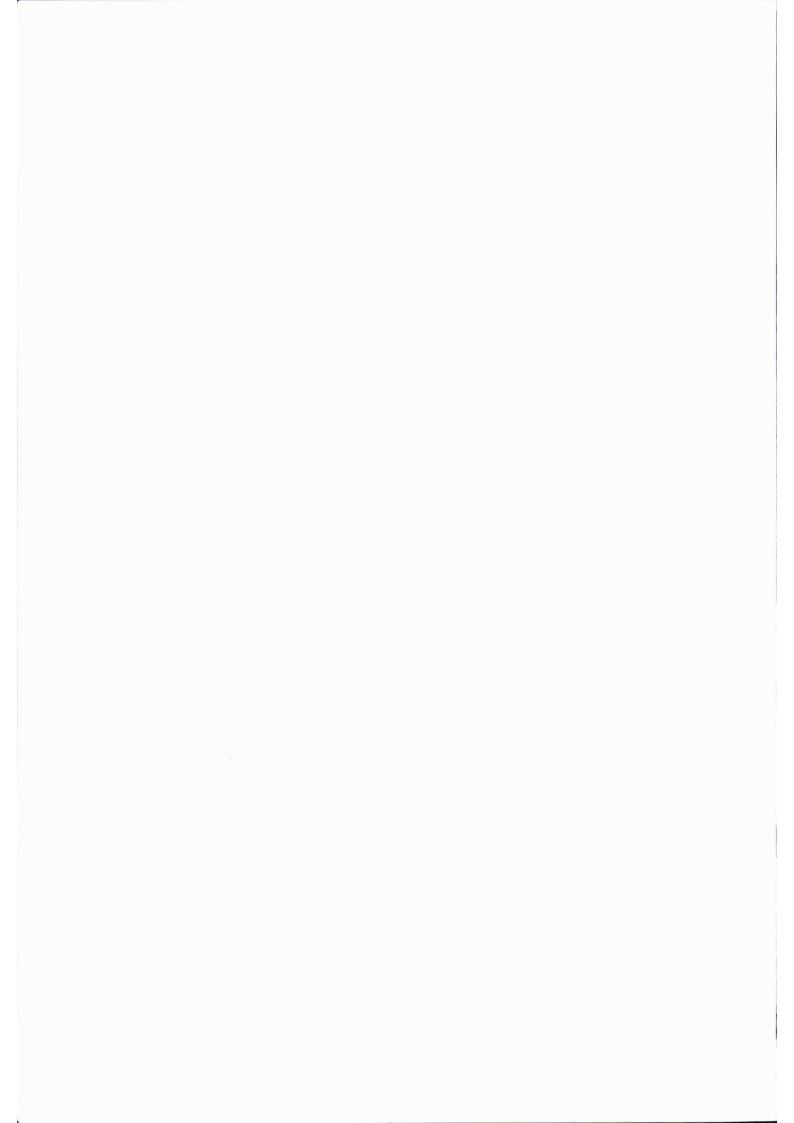
N°8 - Hors série - Février-mars 1995 :

" Régions et mondialisation "

N°77 - Novembre 1997 : " Au cœur des cultures "

N°91 - Février 1999 : "L'individu en quête de soi "

 Viking, réédition en deux volumes, "Cahiers de la Jeunesse des Pays Normands", éditions du Veilleur de Presse - Rouen, 1999



Achevé d'imprimer en Avril 2001 Première édition : 500 exemplaires Imprimerie Copie Plus - 02 35 73 15 55

