

« 100 % Lëtzebuerg »

ou : comment calculer l'incommensurable ?

Sonja Kmec

« Je ne suis pas raciste, mais ... ». Enlever ce « mais » de l'équation, tel est le but de l'initiative Making Luxembourg : être « 0 % Rassist » et le revendiquer en public (soit en portant le T-shirt, soit en s'affichant sur Internet). La campagne cherche à montrer que la diversité fait la force, voire que la diversité fait l'union. Dans ce sens les « 100 % Lëtzebuerg » se réfèrent à la population totale du Luxembourg : nous tous on constitue le Luxembourg. Sauf que... les racistes et les « non-racistes, mais » ne sont bien évidemment pas pris en compte. Un Luxembourg idéal donc ? Une utopie, dans le sens de « eu-topos » (lieu de bonheur) ou de « ou-topos » (lieu qui n'existe pas) ?

D'après la logique du message, « 100 % Lëtzebuerg » ne peut se référer ni au territoire ni au lieu physique du Luxembourg, mais plutôt à une communauté imaginée, solidaire, que jadis on appelait la nation, mais qui ne se limite ni aux détenteurs du passeport ni à ceux qui parlent le luxembourgeois ni à ceux dont les ancêtres peuplaient ces contrées (c.-à-d. personne, si on remonte assez loin dans le temps!) ni à ceux dont le crâne telle forme...

Le message se veut inclusif, et j'aurais bien aimé me prendre au jeu et m'associer à cette initiative louable, mais le calcul me rebute et j'essaierai dans les lignes qui suivent d'expliquer pourquoi.

D'abord, si la somme est souvent plus grande que ses parties composantes, ici c'est l'inverse.

La somme « 100 % Lëtzebuerg » réduit la richesse des composantes individuelles, elles-mêmes limitées à trois, auxquelles s'ajoute le « 0 % Rassist ». Chaque participant/e doit en effet choisir trois appellations parmi un nombre d'identifications potentiellement illimitées. Par ailleurs, la somme ne peut dépasser

les 100 %. On ne peut donc pas écrire par exemple : 60 % Monténégrien, 30 % Amitié, 30 % Sportler, comme la somme doit être « 100 % Lëtzebuerg ». Or, l'identité tant personnelle que collective – comme tout objet d'étude des sciences humaines – se laisse difficilement quantifier. Quel serait le poids du passé exprimé en kilogrammes ou en tonnes ? Comment comparer le fascisme et le communisme d'État ? Si on ne se réfère qu'aux chiffres des victimes, on ne saurait expliquer ni les engrenages meurtriers ni les spécificités des idéologies respectives.

De plus, l'identité est situative. Selon la situation et les personnes avec lesquelles on interagit on est plus ou moins « monténégrien » « ami » ou « sportif »,

Les notions de pureté et d'essence qui se cachent dans « 100 % Lëtzebuerg » ne sont pas démasquées comme illusions (dangereuses).



pour continuer sur cet exemple. Les pourcentages changent constamment. C'est ce que cherche à montrer l'exposition iLux. Identités au Luxembourg (au Musée 3 Eechelen jusqu'à fin juillet 2013) : chaque personne a des facettes identitaires différentes (genre, âge, emploi des langues, valeurs, etc.), mais ces différents aspects ne sont pas fixes. Ils sont en négociation permanente, influencés par les contraintes sociales, biologiques etc. d'un côté et par la liberté de choix de l'autre. Par ailleurs, si on additionnait ces aspects, on n'arriverait jamais à une entité, à une identité bien clôturée, bien ficellée, aux 100 % mythiques...

Pour illustrer ce propos, imaginons un cube magique (Rubik's cube), composé comme tous les cubes de six côtés, mais n'ayant pas seulement six couleurs différentes, mais sept (les sept aspects thématiques dans l'exposition) voire plus. Il serait impossible de le résoudre. Par analogie, l'identité ne se laisse jamais « résoudre » ; c'est un calcul qui reste ouvert.

D'ailleurs, le titre de la campagne, Making Luxembourg, reprend bien l'idée de processus. Il prend le contre-pied du « made in Luxembourg ». L'Homme n'est pas un produit du terroir, mais un acteur social qui construit lui-même son identité au quotidien. Rares sont les grands gestes – comme décider de changer de sexe ou de nationalité – et les entraves sont multiples. On peut décider de devenir riche ou docteur en sciences nucléaires sans jamais y réussir. Mais l'identité se construit également de manière plus discrète, sans qu'on le remarque nécessairement, sans intentions ou grands projets.

Une amie me disait récemment « Je suis une personne différente lorsque j'ai une coupe de cheveux courts ». Non seulement elle se comporte de manière différente, non seulement elle est perçue de manière différente, mais elle dit « être » une autre personne. Les philosophes nous répondront que le « je » reste pourtant le même, sinon la phrase n'aurait pas de sens. Les biologistes ajouteront que le DNA reste identique pendant toute une vie. Se pose alors la question de ce qui nous définit. Est-ce notre patrimoine génétique ? Est-ce le « je » qui reste le même durant notre vie et que nous reconnaissons sur des photos d'enfance : « me voilà à l'âge de cinq ans » ? Mais est-ce qu'on ne se demande pas parfois, en se souvenant de certaines actions de jeunesse (voire de coupes de cheveux) : « est-ce que c'était vraiment moi » ?

En fait, il s'agit de deux concepts d'identité différents : l'identité ontologique (être identique à soi-même, à travers le temps, mais résolument différent de tous les autres) et les identifications multiples (avec telle nationalité, tel sport, telle boisson et tel

trait de caractère) qui changent selon l'âge, l'expérience, la socialisation, l'éducation, au fil des rencontres et des échanges. Ces identifications étaient l'objet d'étude de *Construire des identités au Luxembourg*, publié en 2011 dans le cadre du projet IDENT, sur lequel s'appuie l'exposition iLux.

La campagne Making Luxembourg semble implicitement combiner les deux approches : d'un côté elle met l'accent sur le choix individuel et le processus de « doing identity », d'un autre côté le calcul des pourcentages professe un résultat, un état de fait.

Il est évident que ce calcul se veut symbolique voire ironique, mais les notions de pureté et d'essence qui se cachent dans « 100 % Lëtzebuerg » ne sont pas démasquées comme illusions (dangereuses). Certes le caractère exclusif et absolu de l'identification nationale est subverti, en l'associant à la diversité et surtout au « 0 % raciste ». Mais cela risque d'occulter le fait que toute identification de groupe implique une distinction entre « nous » et « eux ». Si nous sommes « 100 % Lëtzebuerg », que sont les autres ? ♦

NATURATA Bio Marché
Fair a kooperativ mat de Bio-Baieren

Goûtez le bio, goûtez la vie!

1 **Rollingergrund**
• Lebensmittelgeschäft
• Bio-Metzlerei Quintus

2 **Merl**
• Lebensmittelgeschäft

3 **Munsbach**
• Supermarkt - Lebensmittel
• Restaurant & Catering
• Akzent - Naturkleider, Spielwaren, Bücher
• Biobau - Ökologesch Produkter fir Bauen an Wunnen
• Bio@Home - Bestellung über das Internet
www.bio-at-home.lu

4 **Erpeldange**
• Lebensmittelgeschäft

5 **Hupperdange**
• Hof-Laden Schanck-Haff

6 **Dudelange**
• Lebensmittelgeschäft

7 **Foetz**
• Lebensmittelgeschäft

oeko.lu

www.naturata.lu

Äre Spezialist fir Bio- an Demeter-Liewesmëtter