

# Hédoniste ou petit-bourgeois?

## Nous appartenons tous à un «milieu» socioculturel

Dans le cadre du projet de recherche IDENT\*, Wilhelm Amann, Fernand Fehlen et Georg Mein se sont penchés sur la société et ses penchants.

LAURENCE HARF

Quelles affinités lie la population? Quelles valeurs partage-t-elle? Au-delà des catégories socioprofessionnelles, l'enjeu était de dégager des «milieux» (groupes socioculturels) pour mieux comprendre comment pensent et cohabitent les Luxembourgeois (étrangers inclus).

Un tiers (29%) se retrouvent dans le **milieu méritocratique**, qui peut être considéré comme le centre de la société, balayant tous les niveaux de revenus et d'études et toutes les régions. 40% des cadres y sont représentés et le style de vie se caractérise par une confiance en sa propre efficacité. L'accomplissement se fait dans le travail, la famille n'étant pas considérée comme un refuge. La propriété foncière n'est pas essentielle; on s'offre quelque chose car on l'a mérité. Un engagement social ou critique n'apparaît pas nécessaire, la culture n'est pas valorisée.

Ils sont plutôt d'accord avec l'État. Le DP et le LSAP y affichent de meilleurs résultats que dans les autres groupes. Le **milieu petit-bourgeois** rallie 19% de la population, avec une moyenne d'âge élevée. Un quart est à la retraite, 60% sont des femmes et la majorité vit dans le Sud.

La mentalité est marquée par l'accomplissement du devoir, les valeurs chrétiennes et un partage traditionnel des rôles familiaux. L'accomplissement personnel est ignoré, l'art et la culture n'ont pas d'intérêt, au contraire de la sécurité matérielle. Les électeurs CSV y sont surreprésentés, les Verts pas trop mal élus.

### FRUSTRATION

Le **milieu défavorisé** (13%) est le groupe qui compte le plus d'étrangers (60%, pour moitié des Portugais). 40% des ouvriers non qualifiés et 30% des ouvriers qualifiés s'y re-

connaissent, les employés de bureaux étant bien représentés aussi.

La frustration quotidienne au travail est une toile de fond: la hiérarchie professionnelle pèse, sans espoir d'avancement. L'accomplissement est cherché dans les loisirs ou la famille. L'hédonisme est une valeur et la consommation est spontanée. Par contre, l'engagement politique et social est important à travers les syndicats notamment.

Dans le **milieu libéral privilégié** (11%) enseignants et cadres sont surreprésentés. On compte 58% de femmes et moins d'habitants du sud du

rempart de la vie privée et le partage des rôles y est progressiste. Il y a une affinité marquée pour l'art et la culture.

Les Verts y sont deux fois mieux élus que dans la moyenne nationale.

Le **milieu conservateur privilégié** (9%) se distingue par ses retraités (39%), son âge (42% ont plus de 60 ans) et ses revenus, les plus élevés. Ce milieu habite la capitale. La discrétion et le rejet de l'hédonisme sont une constante. L'engagement au travail découle d'une mission à accomplir, le succès professionnel d'une éthique du travail. Mais

plus de voix que la moyenne.

Le **milieu hédoniste** (7%) est jeune, les moins de 30 ans s'y retrouvent. De même que les carrières moyennes de la fonction publique.

L'épanouissement est recherché dans les loisirs et la consommation. Le travail et le succès professionnel ne sont pas une fin en soi, l'engagement social est rejeté, la culture élitiste ne compte pas. Pourtant les hédonistes soutiennent l'État. Par calcul ou par réminiscence du milieu de leurs parents conservateurs ou petits-bourgeois.

Le LSAP y est bien représenté.

Le **milieu conservateur populaire** (5%) compte le plus de chômeurs et d'invalides, d'habitants de l'Oesling. 57,9% sont des femmes. Ces conservateurs sont plutôt pessimistes, insatisfaits de leur situation, exploités au travail. D'où un attachement à la sécurité matérielle, une peur de l'avenir, une méfiance vis-à-vis de l'État. C'est le bastion de l'ADR et des indécis.

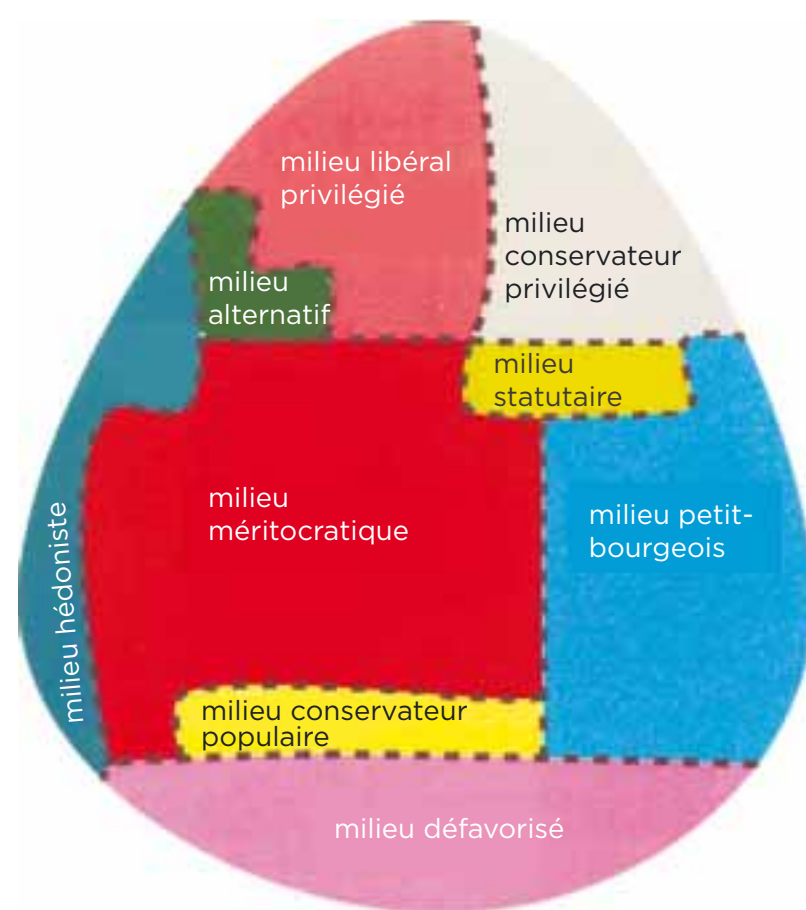
Le **milieu statutaire** (3%), du point de vue de la moyenne des revenus, se place en deuxième position: 8% gagnent plus de 10.000 euros par mois. 61,5% y sont des hommes. La fonction publique y est surreprésentée.

La mentalité est caractérisée par la confiance en ses propres capacités, la disponibilité à se former pour endosser des responsabilités au travail, mais dans un but individualiste. La vie privée joue un grand rôle. Les valeurs chrétiennes sont rejetées, les formes de vie non conventionnelles bien acceptées. L'engagement social et la culture laissent indifférent.

Verts et LSAP y ont la cote.

Le **milieu alternatif** (3%) montre des revenus bas (ou pas renseignés), un niveau d'études élevé et critique le progrès technologique. Pourtant, l'épanouissement passe désormais plus par l'art et la culture que par l'engagement politique ou social. De même, la confiance en l'État est intacte. Il n'est plus guère question de se mettre en marge de la société. Les alternatifs penchent pour le DP et les Verts.

\* *Identités socio-culturelles et politiques identitaires au Luxembourg.*



Source: IPSE

Une vision de la société: neuf groupes plus ou moins perméables

pays. Ce groupe se distingue par une éthique du travail, une forte motivation à la performance. Les valeurs bourgeoises sont rejetées, on prend de la distance par rapport à l'État, la famille est un

ce qui compte, c'est le prestige. L'accomplissement personnel se cherche dans le travail, mais surtout auprès de l'élite culturelle par opposition à la consommation matérielle. Le CSV y engrange deux fois

## «Pas une veste qu'on enfile»

### Qu'est-ce qui «fait» l'identité ou les identités luxembourgeoises?

L'université a lancé, il y a trois ans, une étude sur la construction identitaire.

LAURENCE HARF

«Un sujet souvent présenté de façon très unilatérale», selon le chef de l'unité IPSE, Christian Schulz. «Nous voulons proposer un projet scientifique plus large qui défend le droit à la complexité.»

Une vingtaine de chercheurs ont participé, dans leurs disciplines et avec leurs méthodes respectives pour sonder la société. Des «milieux» sociocul-

turels (ci-dessus) à la vie quotidienne, en passant par la langue, l'espace ou les images. Un vaste questionnaire a été posé par l'institut de sondage TNS ILRèS à 1.579 résidents luxembourgeois de plus de 16 ans, complété par des entretiens plus ciblés.

### DYNAMIQUE

Le titre «Doing Identity» fait office de programme: «l'identité n'est pas comme une veste qu'on enfile, quelque chose de préétabli. Elle se construit activement» insiste le géographe, «consciemment ou non, chacun pour soi ou de la part d'instances qui es-

sayent de prescrire ou suggérer une identité».

«C'est un processus dynamique, particulièrement au Grand-Duché. Les identités multiples, de chaque individu ou groupe, selon le contexte, la situation, au travail ou à la maison, sont plus marquées ici.» «Pourtant, on ne choisit pas son identité, complète Rachel Reckinger, coordinatrice du projet, elle est liée à une position sociale, une culture, des ressources, une socialisation, une éducation.»

Les identités évoluent quelque part entre les prescriptions officielles et les acquis personnels au sein d'un groupe socioculturel.

L'un des enseignements de l'étude est le ralliement à la langue nationale, au-delà des clivages entre Luxembourgeois et non-Luxembourgeois. Contrairement aux ghettos linguistiques supposés. De même, jusque dans les milieux traditionnels, «très» luxembourgeois, l'apport du multilinguisme est reconnu et promu comme facteur identitaire. Les mises en garde contre l'invasion des langues étrangères ne sont pas partagées par la majorité.

«Nous sommes loin, très loin des conflits linguistiques et ethniques tels qu'ils sont vécus en Belgique», conclut Christian Schulz.

### PUBLICATION

L'étude est reprise dans l'ouvrage *Doing Identity au Luxembourg: appropriations subjectives \_ attributions institutionnelles \_ milieux socioculturels* publié par l'unité de recherche Identités, politiques, sociétés, espaces (IPSE) aux éditions transcript Verlag (Bielefeld). Seule la version allemande est pour l'instant disponible mais une version en français est annoncée.

### DRÔLES DE LANGUES

Le luxembourgeois arrive en tête des sondages... mais pas des panneaux.

À la question: quelle langue parlez-vous le mieux?, 57% des interrogés répondent le luxembourgeois. Suivent le français (18%), le portugais (10%) et l'allemand (6%). Le luxembourgeois est aussi la langue la plus utile au quotidien (57%), devant le français à 32%, la plus sympathique (56%), celle qui sera la plus importante à l'avenir (51%). «L'étude montre une grande loyauté envers le luxembourgeois», résume le linguiste Heinz Sieburg. Également de la part des étrangers qui estiment à plus de 70% qu'elle devrait être parlée par tous les résidents. 86% des sondés pensent que les frontaliers devraient la comprendre.

### INEXISTANT

«Et pourtant, un étranger en visite pourrait penser que cette langue n'existe pas», s'amuse Mélanie Wagner, chercheur en sociolinguistique. Elle a participé à un relevé dans l'espace public à l'aide de quelque 600 panneaux, tant institutionnels que privés, publicitaires ou informatifs. Résultat: le français arrive en tête, tant des versions monolingues que multilingues (où il figure dans tous les cas), tant sur les panneaux institutionnels que privés. Le luxembourgeois est presque absent.

Une rapide enquête sur qui décide des inscriptions, dans les communes ou le long des routes a révélé que c'est... personne en particulier ou qu'un jour untel a dit...». «Cela dit quelque chose aussi, sur la façon dont on veut présenter son identité», estime Mélanie Wagner.

L'étude sur la langue et l'identité évoque aussi le multilinguisme, qui y est apprécié très positivement. 95% des sondés y voient un enrichissement culturel et un avantage dans les échanges humains. Les compétences langagières montrent que les trois langues nationales sont complétées par l'anglais, le portugais et les langues d'ex-Yougoslavie.