

Comment s'exprime le "patriotisme" des Suisses en 2002 ?

Note de préparation à l'entretien radiophonique (Radio Suisse Romande), 1er août 2002

Comment se porte le patriotisme helvétique en 2002 ?

Ni bien, ni mal. Hier le patriotisme allait de soi. Il s'imposait. Aujourd'hui, il est discuté et sa définition est devenue un enjeu de lutte politique.

J'ai l'impression que Suisses sont à la fois fascinés et apeurés par le patriotisme.

Hier la société suisse patriote était centrée

- sur une structure (la hiérarchie)
- sur une rationalité (travail, famille, patrie)
- sur une vérité (dieu)
- sur une idéologie (le parti)
- sur une représentation du monde (la carte, le territoire, la frontière)

Aujourd'hui, la société post-moderne a fait éclater ces références. Nous devons inventer d'autres repères pour « vivre ensemble ». L'accouchement semble se faire dans la douleur.

Les récents déboires nationaux, - l'affaire des fonds en déshérence, la débâcle de Swissair, ces blessures récentes ont-elles "modifiées" le sentiment national ?

Oui, je le pense. Nous sommes effectivement rentrés dans un état de conscience modifié. Hier, il faut le reconnaître, nous étions des intouchables.

Aujourd'hui, comme tous les autres pays du monde, et d'ailleurs sous la pression médiatique, nous sommes aussi blessés, chahutés par des scandales, des affaires, des faillites, des fusions, des drames.

Et en réalité, nous sommes rentrés dans une phase de deuil.

Et qui est mort ? C'est l'image d'une certaine Suisse qui est morte, celle de notre imaginaire, celle que l'on préférerait, celle que l'on racontait. Désormais la Suisse est devenu un pays comme un autre. Nous sommes sortis de notre phase d'auto-hypnose satisfactionnelle.

Vous évoquez dans votre question deux exemples : les fonds en déshérence et Swissair. C'est intéressant de borner la question par ces deux événements.

L'affaire des fonds en déshérence a tué notre passé que nos mythes racontaient plutôt comme glorieux. Le rapport Bergier -qui est en fait un examen de conscience nationale- nous a appris la modestie et la contrition.

L'affaire Swissair, elle a tué notre futur et notre idéal. Dans l'esprit populaire, nous avions les meilleurs pilotes, les plus beaux avions, le service le plus luxueux. Cette compagnie était devenue l'emblème national de la suisse et représentait l'efficacité, l'excellence, la précision,

le sérieux. C'est ce mythe du propre en ordre, du ripoliné, de l'organisé et de l'arbalète qui s'est effondré. Du coup nous ne sommes plus les meilleurs et c'est anxiogène. Nous avons peur. Nous devons nous réinventer et nous sommes en crise d'imagination identitaire.

Quand on observe la polémique qui est née autour de la célébration - ou de la non célébration - du premier août - à Expo 02... on a l'impression que les patriotes sont ringards que les artistes sont irrévérencieux... Où se situe le suisse moyen dans tout ça? Qu'attend-il du premier août ?

Pour le sociologue, le Suisse moyen n'existe pas. Il y a une multiplicité de Suisses, une multiplicité de tribus helvétiques qui s'organisent selon des trajectoires sociales différenciées.

Ceci dit, je vois deux vertus au premier août.

La première, c'est que les fêtes, depuis toujours ont une vertu rassembleuse. Elles fabriquent du collectif et du lien social. Or nous vivons dans une société en crise, en quête de repères et de valeurs : jamais la communication n'a été autant développée et jamais l'esprit communautaire n'a été aussi absent. Les grandes fêtes fédérales, nationales –mais d'autre aussi- comblent ce vide, elles l'habitent, elles donnent à ce vide une contenance.

La seconde, c'est que nos sociétés modernes ressentent un besoin de tradition : la fête du 1er août, finalement, c'est la célébration du théâtre des origines suisses qui se rejouent. C'est le Grutli revisité, régénéré.

Ce n'est pas tout, mais ce n'est pas rien non plus. C'est la célébration symbolique d'un acte de naissance. C'est en quelque sorte honorer le passé tout en étant tourné vers l'avenir.

Que pensez vous de la mode de la croix suisse... qui fleurit, cette année sur les T-shirt, ici en Suisse... mais même à l'étranger... dans les collections de couturiers? Est ce que cette mode à quelque chose à voir avec le sentiment national? Faut-il y voir un message? Là encore on a l'impression d'une grande confusion: Pour certain porter le t-shirt national - est un signe d'extrême droite.

Votre question est intéressante.

J'y vois avant tout une récupération marchande d'un symbole. La société de consommation est capable de détourner tous les signes afin d'en fabriquer des produits destinés à être vendus.

Le t-shirt à croix suisse est à mon avis une stratégie marketing : la croix est un symbole polysémique et universelle. C'est donc un produit à fort potentiel commercial. On y met ce qu'on y veut.

- Le patriote y verra le drapeau et la tradition.
- L'extrémiste y verra le nationalisme et la conservation.
- Le couturier y verra une citation symbolisant le métissage.
- Le "bobo" y verra un signe distinctif d'intelligence décalée.
- L'artiste y verra de la dérision.

Dans la société du spectacle, du marketing et de la publicité, tout se montre, tout se vend, tout se vaut.

Il y a un besoin typiquement helvétique à chercher son identité: nos expositions nationales en sont la démonstration? Il y a quelque chose de très auto satisfait et de très narcissique dans Expo 02... Or - malgré tout- le message passe mal, les Suisses sont-ils trop susceptibles pour accepter la critique, et les provocations des artistes?

Vous posez la question du rôle des artistes dans la démocratie et vous avez raison, c'est une question majeure.

Les artistes sont des penseurs. Ce sont les fous du roi. Ils ont le privilège de contredire et de protester. Ils ont pour fonction sociale de désaimanter les cervelles et de les déconditionner. Le contre-pouvoir est leur pouvoir. Ils sont dans la transgression.

Et je pense que leur liberté d'analyse et de pensée nous est précieuse. Car ce sont finalement les seuls dans la démocratie policée qui peuvent se permettre de conduire à l'abattoir certaines vaches sacrées, comme le drapeau, le passeport, l'armée, les banques. Peu d'entre-nous a cette liberté totale.

Certains d'entre-eux se veulent subversifs, révolutionnaires et accusateurs. Tant mieux pour nous. En brûlant nos oripeaux, ils nous obligent à nous penser en tant que Suisse. Ils nous forcent à entamer un dialogue sur la "suisssité". Ils brisent par un coup de force symbolique nos limites mentales.

Le piège est de savoir s'ils ont tort ou raison. En vérité là n'est pas la question. Ils n'ont ni tort, ni raison, mais ils nous donnent à penser tout simplement. Ce sont donc à leur manière les ferments de la démocratie.

D'ailleurs c'est le professeur canadien Marshall Mac Luhan qui disait: les artistes sont des voyants, ils sont équipés d'un radar.

Pourquoi un radar? Parce qu'ils sont fréquemment les visionnaires du monde de demain. Ils cultivent cette sensibilité qui fait d'eux les détenteurs d'un savoir éclairé.

Ils peuvent aider l'économie et le politique à trouver des nouvelles voies, des nouvelles pistes, des nouveaux marchés, des nouveaux paradigmes.

Hier dans la presse, Uli Windisch a déclaré que trop de provocations antipatriotiques relèvent de l'arrogance. Il dénonce une montée d'antisuisssisme primaire. Qu'en pensez-vous?

C'est un point de vue qui a sa pertinence.

L'image de la Suisse s'écorne. Les intellectuels, les artistes et les journalistes ont procédé à une vaste déconstruction du mécano helvétique si bien huilé.

Ils l'ont brisé. C'était certainement salutaire, mais pas suffisant, surtout quand cela devient une recette du cuisine. Etre dans l'opposition et le contre-pouvoir, c'est une position souvent bien plus confortable que de proposer des projets constructifs, des visions nouvelles, des dynamiques régénératrices, des modèles nouveaux, des solidarités nouvelles.

Il ne suffit pas de dire « la Suisse est morte », la coucher sur un chariot de réanimation, puis lui décocher 10'000 volts, car cela revient à sombrer dans le syndrome de l'auto-flagellation compulsive infantilissante qui remplace un cliché par un autre.

Copyright 2003 ProLitteris et Stéphane Haefliger, CH 8033 Zürich

Stéphane Haefliger
Sociologue
Boulevard de Grancy 27
1006 Lausanne

Tél. perso: 021 617 31 55
Mobile: 079 742 67 81

E-Mail: stepcom@bluewin.ch