

# Et mourir de vanité

Autor(en): **Denuzière, Maurice**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Généralions : aînés**

Band (Jahr): **28 (1998)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-826732>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Et mourir de vanité

## par Maurice Denuzière

Les statistiques l'ignorent: la principale cause de mortalité des bien-portants pourrait être la vanité. La Fontaine diagnostiqua cette maladie, vieille comme le monde, dans sa fable *La grenouille qui veut se faire aussi grosse que le bœuf*, avant que Thackeray n'en révélât vingt cas édifiants dans *La foire aux vanités*.

Avec l'aide des sciences, la facilité des communications, la propension des médias à confondre les exploits organisés des saltimbanques mégalomanes salariés avec ceux, plus risqués, plus utiles et plus discrets, des hommes de devoir, la vanité étend sans cesse son champ d'application.

Par la télévision, premier vecteur de la maladie, comme le moustique l'est de la fièvre jaune, la vanité est devenue une affection endémique des pays riches. Elle cause de vrais ravages: en montagne, en mer, sur la route, dans les loisirs, le commerce, les affaires.

☆☆☆

Le coq de George Eliot «croyait que le soleil s'était levé pour l'entendre chanter», tandis que le *Chanteclerc* de Rostand se vantait, lui, de faire se lever l'astre du jour. Dans toutes les classes et catégories socioprofessionnelles, un certain nombre d'individus partagent l'illusion du stupide gallinacé. L'ambition de faire mieux que les autres, d'être le meilleur dans sa spécialité, d'acquérir loyalement notoriété, par l'étude et le travail, en servant la communauté humaine, est un sentiment respectable. La vanité, désir immodéré de paraître plus que l'on n'est, relève au contraire du factice, de la comédie, de la parade, quelquefois, hélas, de la tragédie. Car le vaniteux, pour se mettre en valeur et se donner l'illusion d'être celui qu'il ne peut être, prend, inconsciemment, des risques parfois mortels, quitte à les imposer aux autres.

☆☆☆

L'hiver dernier, les amateurs de hors-piste – le symbole usé de la neige vierge relève de la mystique des béjaunes! – ont, dans certains cas, payé le prix de leur témérité après avoir dédaigné les avertissements, voire les interdictions réitérées, des autorités. Ces sportifs de fin de semaine, qui se prennent pour plus

malins et plus forts que tous, sortent souvent indemnes de l'aventure, après avoir déclenché l'avalanche meurtrière, qui emporte de tranquilles promeneurs et met la vie des secouristes en danger.

Quant aux citadins, qui s'en vont béatement, l'été, en haute montagne, avec femmes et enfants, parfois bébés, chaussés et vêtus comme à la ville, ils joignent à la vanité l'ignorance et la présomption des pauvres d'esprit. Les intempéries les guettent et, parfois, les brisent. Les vrais montagnards font, en toute circonstance, preuve d'humilité devant les cimes, même devant les pentes. Mon vieil ami Bernard Pierre, qui a quitté notre vallée de larmes il y a quelques mois, dirigea plusieurs expéditions dans l'Himalaya, celle, notamment, de la conquête du Nun (7135 m.) en 1953. Il m'a raconté comment, un jour, alors que l'expédition approchait du sommet convoité, il ordonna un repli stratégique. Rien ne semblait justifier aux yeux de ses compagnons cette retraite, si près du but. A peine ces athlètes de haute montagne étaient-ils à l'abri, quelques centaines de mètres plus bas, qu'une avalanche se déclencha, qui engloutit le camp abandonné. «Intuition de montagnard», commentait modestement Bernard. Une telle intuition ne s'acquiert que par une fréquentation assidue des sommets. Ne peuvent y prétendre les citadins, qui approchent la montagne une ou deux fois l'an.

☆☆☆

C'est aussi la vanité, sœur de la bêtise et de l'imprudence, qui pousse l'automobiliste à rouler trop vite dans le brouillard, à solliciter les cinq chevaux de sa vieille voiture pour doubler une huit cylindres, à dépasser un camion au sommet d'une côte, à se glisser entre les demi-barrières d'un passage à niveau fermé, à circuler la nuit en se moquant d'éblouir. Allié à la vanité, le mépris d'autrui conduit à l'hôpital et au cimetière nombre d'innocentes victimes de fanfarons criminels.

Il en est de même en mer, où les scooters, les hors-bord et les fameux bolides dits «cigarettes», surfent sur les vagues, trop souvent – et malgré les interdictions – au milieu des baigneurs. Faire, sans témoin, de la vitesse et du bruit, au large, ne peut satisfaire les vaniteux. Ils ont besoin d'un public naïf, tels le bateleur et le politicien.

Nous connaissons tous ces adolescents coiffés de casquettes de base-ball, sport qu'ils n'ont jamais pratiqué, portant blouson au sigle d'universités américaines, qu'ils n'ont aucune chance de jamais fréquenter, qui, se prenant pour des acrobates, font des figures, sur planche à roulettes ou patins, au milieu des piétons. Ils n'éprouveraient aucun plaisir à faire les mêmes exercices hors de la vue des passants, sur les pistes mises à leur disposition. Etre vu est le maître mot du moment, car la vanité sévit, avec la même intensité, chez le bourgeois nanti, l'intellectuel poseur, le cadre arriviste, le loubard envieux!

☆☆☆

C'est aussi un défaut commercialement exploitable, d'où ces campagnes publicitaires, destinées à flatter le complexe de supériorité de certains consommateurs. Utiliser le shampooing vanté par un mannequin fait espérer à la petite grosse que la grâce et les mensurations de Claudia Schiffer lui seront offertes en prime. Porter les mêmes baskets qu'un champion olympique confère au poussif l'espoir d'une vitesse retrouvée.

Dans l'industrie et le négoce, la vanité devient boulimie affairiste. Tel maroquinier produit des parfums ou du champagne. Tel couturier se lance dans la restauration. Une banque acquiert des studios de cinéma en Californie, construit des immeubles de bureaux à Hongkong. Un entrepreneur de travaux publics exploite une chaîne de télévision et fonde un réseau de téléphone!

Il ne pourrait en être ainsi sans l'étrange infatuation qui incite certains managers à se croire capables, avec l'outrecuidance caractéristique des fats diplômés, de faire mieux que les professionnels formés sur le tas. En s'arrogant indifféremment, avec la même assurance, la direction d'une fabrique de chaussures, d'une entreprise de presse, d'une société de transports, ou d'un département ministériel, ce vaniteux d'un nouveau type cause, quelquefois, d'énormes dommages à l'économie.

Le remède à cette suffisance, collective ou individuelle, existe. Il tient dans la vieille formule de Florian: «Chacun son métier, les vaches seront bien gardées.»

M. D.