

Zeitschrift: Générations : aînés
Herausgeber: Société coopérative générations
Band: 28 (1998)
Heft: 7-8

Artikel: Et mourir de vanité
Autor: Denuzière, Maurice
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-826732>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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 immoderé de paraître plus que l'on n'est, relève au contraire du fac-tice, 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 bâjaunes! – 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 meurrière, 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 shampoing 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 boulémie 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.