

Extrait de :

Mathieu Ricard, *Plaidoyer pour l'altruisme*.

NIL Editions, Paris 2013

pages 323 à 327, (plus la page indiquant les références numérotées)

La folie des grandeurs

Les dictateurs sont souvent à la fois narcissiques et psychopathes. Ils sont de plus mégalomanes, comme en témoigne la dimension mythique dont ils embellissent leur biographie, ou leur propension à faire ériger de monumentales statues d'eux-mêmes, sans parler des parades spectaculaires organisées devant des foules immenses.

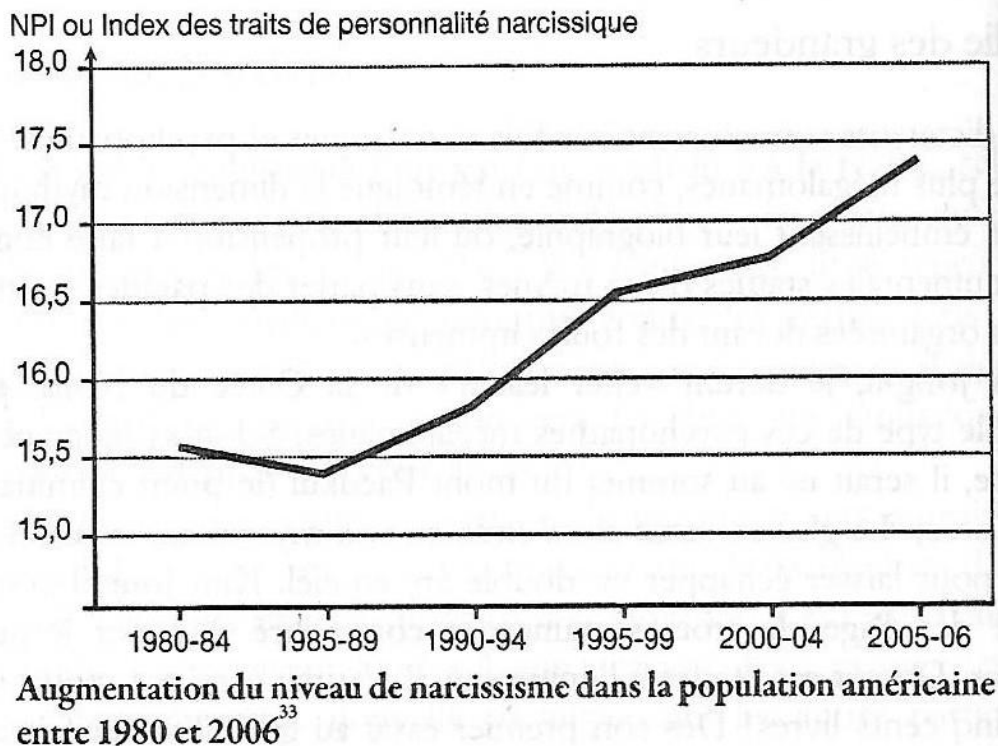
Kim Jong-il, le défunt «cher leader» de la Corée du Nord, est l'exemple type de ces psychopathes mégalomanes. Selon sa biographie officielle, il serait né au sommet du mont Paedkul (le point culminant de la Corée). Le glacier aurait alors émis un son mystérieux et se serait ouvert pour laisser échapper un double arc-en-ciel. Kim Jong-il aurait marché dès l'âge de trois semaines et commencé à parler à huit semaines. Durant ses études à l'université, il n'aurait écrit pas moins de mille cinq cents livres ! Dès son premier essai au golf, il aurait fait un score faramineux, dont cinq trous-en-un (un record mondial). Cerise sur le gâteau, selon le journal nord-coréen *Minju Joson*, il serait aussi l'inventeur du hamburger de trente centimètres²⁸. Aucune mention n'est bien sûr faite de la famine chronique qui affecte son peuple, de la répression impitoyable de toute dissidence et de ses innombrables concitoyens enfermés dans les camps de concentration.

L'épidémie de narcissisme

Si l'on en croit les travaux de la psychologue américaine Jean Twenge, l'Amérique du Nord souffre depuis une vingtaine d'années d'une véritable épidémie de narcissisme qui épargne encore relativement l'Europe et l'Orient²⁹.

En 1951, 12% des adolescents entre quatorze et seize ans étaient d'accord avec l'affirmation : «Je suis quelqu'un d'important.» En 1989,

ce pourcentage est passé à 80 %³⁰ ! L'analyse de dizaines de milliers de questionnaires a montré que 93 % des élèves de classes secondaires avaient un score de narcissisme considérablement plus élevé en 2000 qu'en 1980³¹. Aux États-Unis, en 2006, un collégien sur quatre remplissait les conditions pour être qualifié de narcissique, et un sur dix souffrait du trouble de la personnalité narcissique³².



Les jeunes Américains eux-mêmes admettent ce changement. Un sondage réalisé auprès d'un millier d'étudiants montre que les deux tiers d'entre eux sont d'accord avec la proposition : « Comparés à ceux de la génération précédente, les jeunes de ma génération sont plus portés à se mettre en valeur, à avoir exagérément confiance en eux et à chercher à attirer l'attention sur eux. » La plupart considèrent que l'une des raisons principales de cet égocentrisme vient de l'usage des réseaux sociaux comme Myspace, Facebook et Twitter³⁴, qui sont en grande partie consacrés à la promotion de soi. De fait, le narcissisme affecte principalement les jeunes. Dans une étude portant sur 35 000 personnes, les chercheurs du ministère américain de la santé (NIH) ont montré que 10 % des vingt-trente ans souffraient du trouble de la personnalité narcissique, contre seulement 3,5 % des plus de soixante-cinq ans³⁵.

Lorsqu'en 2007 les médias publièrent le résultat des recherches de Twenge, un grand nombre d'étudiants, loin de contester cette croissance du narcissisme, répliquèrent qu'elle était tout à fait justifiée. L'un d'eux écrivit à un journal : « Cette extrême estime de soi est justifiée puisqu'on se souviendra de cette génération comme la meilleure de tous les temps. » Un autre renchérit : « Quel est le problème ? Oui, nous sommes spéciaux ! Il n'y a aucun mal à le savoir. Ce n'est pas de la vanité que cette génération affiche, c'est de la fierté³⁶. »

L'un des champions du narcissisme, l'entrepreneur américain Donald Trump, qui exhibe son nom en immenses lettres dorées sur tous les immeubles et gratte-ciel qu'il possède, sur son jet privé, les bâtiments de son université et ailleurs, a déclaré : « Montrez-moi quelqu'un sans ego, et je vous montrerai un perdant³⁷. » Or cette affirmation est fausse. On a constaté que les élèves du secondaire qui ont une très – trop – haute opinion d'eux-mêmes ont des résultats scolaires qui déclinent d'année en année, et le pourcentage de ceux d'entre eux qui abandonnent leurs études est supérieur à la moyenne. L'excès de confiance en soi les incite à penser qu'ils ont la science infuse. En conséquence, ils ne sont ni motivés ni persévérants. Le réveil est pénible lors des examens³⁸.

Il est facile de mettre en évidence le narcissisme de ces gens en leur demandant de répondre à un questionnaire piège. D.L. Paulhus et ses collègues ont soumis un large échantillon d'étudiants à un test dans lequel on posait une série de questions du type : « Savez-vous quand le traité de Versailles a été signé ? » et : « Savez-vous quand le traité de Monticello a été signé ? », ou encore : « Connaissez-vous les peintures de Paul Klee ? » et : « Connaissez-vous l'œuvre picturale de John Kormat ? » On ne demandait pas de réponse détaillée, il fallait simplement choisir entre « non » et « bien sûr ». Les plus narcissiques avaient une nette tendance à répondre « bien sûr », même aux questions portant sur des événements ou des personnages qui n'avaient jamais existé, comme le traité de Monticello et l'œuvre de John Kormat³⁹.

Quelques exemples supplémentaires suffiront pour rendre compte des proportions atteintes par l'épidémie de narcissisme. Aux États-Unis, on peut louer les services d'une limousine, d'un agent de publicité et de six paparazzi qui vous accompagnent dans une soirée et dans des lieux publics, vous mitraillent comme si vous étiez une célébrité tout en criant votre nom pour que vous regardiez l'objectif, ce qui a pour effet d'attirer tous les regards sur vous. Impressionnés, les passants prennent

des photos de vous avec leur téléphone portable, tandis qu'au restaurant le maître d'hôtel vous donne immédiatement la meilleure table et vous traite avec les plus grands égards. Le lendemain, l'agence vous donne un exemplaire d'un pseudo-magazine «people» entièrement consacré à vous, et dont vous faites la couverture. Tout cela pour la modeste somme de 3 000 dollars. L'agence qui organise cette mise en scène «Celeb 4 A Day» («Célébrité d'un jour») est en pleine expansion. Leur publicité annonce : «Notre credo est que Monsieur et Madame Tout-le-monde méritent autant d'attention, sinon plus, que les vraies célébrités⁴⁰.»

D'après un sondage réalisé en 2006, devenir célèbre est l'ambition principale des jeunes aux États-Unis (51 % de la population de vingt-cinq ans). Une adolescente à qui l'on demandait : «Que veux-tu être plus tard?» répondit : «Célèbre.» «Célèbre en quoi?» «Cela n'a pas d'importance, je veux simplement être célèbre.» J'ai moi-même entendu un homme de vingt-trois ans demander à un lama tibétain de prier pour qu'«un jour son nom figure, à un titre quelconque, dans le générique d'un film».

Même la criminalité est un moyen de devenir fameux, lorsque aucun autre procédé ne semble possible. Robert Hawkins, qui avait tué neuf personnes dans un supermarché à Omaha, dans le Nebraska, en décembre 2007, a écrit, avant de commettre ses meurtres et de se suicider : «Imaginez un peu comme je vais devenir célèbre!»

L'adoration de soi

Une bande-annonce de la chaîne de télévision NBC proclame : «Vous ne vous en rendez peut-être pas compte, mais tout le monde naît avec son véritable amour – c'est soi-même. Si vous vous aimez, tout le monde vous aimera aussi⁴¹.» En juin 2010, si vous tapiez sur Google l'expression : «Comment s'aimer soi-même» en anglais (*How to love yourself*), vous obteniez 4,8 millions de réponses.

L'un des best-sellers de l'année 2003 aux États-Unis s'intitulait : «Manuel pour apprendre aux jeunes filles à s'aimer elles-mêmes : comment tomber éperdument amoureuse de la personne qui compte le plus... VOUS⁴²!» Paris Hilton, l'une des représentantes les plus remarquables du narcissisme, a fait suspendre au-dessus du sofa de son salon

une immense photo d'elle-même et porte une chemise sur laquelle sa photo est imprimée. Elle a par ailleurs déclaré : « Il n'y a personne au monde comme moi. »

Pour satisfaire le désir d'être unique et différent, tout doit être personnalisé, jusqu'à la tasse de café. Aux États-Unis, quelqu'un s'est amusé à calculer toutes les combinaisons de café possibles qu'offrent les chaînes de fast-food – du genre : un café latte géant avec cannelle et chocolat noir au sucre de canne. Il est arrivé au nombre de 18 000. Un emballage de Burger King porte la mention : « Vous êtes très spécial et vous méritez un sandwich tout aussi spécial. » En Inde, j'ai récemment bu une bouteille d'eau minérale (Kinley Mineral Water), sur laquelle était inscrit. « Coca-Cola vous offre plus de 3 300 manières de vous rafraîchir, de vous relaxer et de prendre du plaisir. » C'est le triomphe du narcissisme commercial sur mesure⁴³. En France, on connaît la publicité de L'Oréal pour une teinture de cheveux : « Je prends la coloration la plus chère, parce que je le vauds bien. »

Bien que, de façon générale, le taux de narcissisme reste beaucoup moins élevé en France et en Europe qu'aux États-Unis, il tend néanmoins à augmenter même dans les pays où il a été jusqu'ici très peu répandu, les pays scandinaves, par exemple. Une étude réalisée en Norvège a analysé dans la presse écrite la fréquence d'une série de mots reflétant une vision communautaire (« commun », « partagé », « responsabilité », « égalité ») et d'une autre série de mots dénotant des valeurs individualistes (« je », « moi », « droits », « individuel », « privilège », « préférences »). Il s'avère qu'entre 1984 et 2005, dans un même volume de textes, le total des mots de la première série est tombé de 60 000 à 40 000 et celui des mots de la deuxième série est passé de 10 000 à 20 000. L'épidémie de narcissisme se répand rapidement en Chine et en Russie chez les nouveaux riches qui ont émergé depuis une dizaine d'années.

Il est important de chercher à comprendre les raisons et les ressorts de cette épidémie de narcissisme, parce que ses conséquences à long terme sont destructrices pour la société. Selon Twenge, la focalisation sur l'autoadmiration provoque « une fuite hors de la réalité vers les terres d'un imaginaire grandiose. Nous avons de faux riches (gravement endettés), de la fausse beauté (grâce aux cosmétiques et à la chirurgie esthétique), de faux athlètes (grâce aux substances dopantes), de fausses célébrités (via la télé-réalité ou YouTube), et de faux étudiants géniaux (grâce à l'inflation des notes scolaires) »⁴⁴.

23. Campbell, W. K., Bosson, J. K., Goheen, T. W., Lakey, C. E., & Kernis, M. H. (2007). Do narcissists dislike themselves "deep down inside"? *Psychological Science*, 18(3), 227-229.
24. Neff, K. (2011). *Self-Compassion: Stop Beating Yourself Up and Leave Insecurity Behind*. William Morrow. Traduction française : *S'aimer : comment se réconcilier avec soi-même*. Belfond.
25. Jordan, C. H., Spencer, S. J., Zanna, M. P., Hoshino-Browne, E., & Correll, J. (2003). Secure and defensive high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 969-978.
26. Heatherton, T. F., & Vohs, K. D. (2000). Interpersonal evaluations following threats to self: role of self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 725.
27. Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2010). *Op. cit.*, p. 199.
28. Voir http://fr.wikipedia.org/wiki/Kim_Jong-il qui donne également les nombreuses références.
29. Twenge, Jean M., and W. Keith Campbell (2010). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. Free Press. Selon ces études, le «top 5» des pays égotistes est : la Serbie, le Chili, Israël et les États-Unis; les pays les moins égotistes étant : la Corée du Sud, la Suisse, le Japon, Taïwan et le Maroc.
30. Newsom, C. R., Archer, R. P., Trumbetta, S., & Gottesman, I. I. (2003). Changes in adolescent response patterns on the MMPI/MMPI-A across four decades. *Journal of Personality Assessment*, 81(1), 74-84. Cité par Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2001). *Op. cit.*, p. 35.
31. Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2001). Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 321, 344; Gentile, B., & Twenge, J. M. Birth cohort changes in self-esteem, 1988-2007. Unpublished manuscript. Based on: Gentile, B. (2008). Master's thesis, San Diego State University.
32. Grant, B. F., Chou, S. P., Goldstein, R. B., Huang, B., Stinson, F. S., Saha, T. D., ... Pickering, R. P. (2008). Prevalence, correlates, disability, and comorbidity of DSM-IV borderline personality disorder: results from the Wave 2 National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 69(4), 533.
33. Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Keith Campbell, W., & Bushman, B. J. (2008). Egos Inflating Over Time: A Cross-Temporal Meta-Analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality*, 76(4), 875-902.
34. Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2010). *Op. cit.*, p. 34.
35. *Ibid.*, p. 36.
36. *Ibid.*, p. 32.
37. *Ibid.*, p. 41.
38. Robins, R. W., & Beer, J. S. (2001). Positive illusions about the self: Short-term benefits and long-term costs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 340-352.
39. Paulhus, D. L., Harms, P. D., Bruce, M. N., & Lysy, D. C. (2003). The overclaiming technique: Measuring self-enhancement independent of ability. *Leadership Institute Faculty Publications*, 12. Cité par Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2010). *Op. cit.*, p. 43.
40. Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2010). *Op. cit.*, p. 94.
41. *Ibid.*, p. 14.
42. Mastromarino, D. (éd.). (2003). *The Girl's Guide To Loving Yourself: A book about Falling in Love with the One Person who Matters Most... YOU!* Blue Mountain Arts.