

LA BEAUTÉ EST-ELLE UN MYTHE ?

J'ai lu par hasard dans un magazine américain que Marilyn Monroe a divorcé de son mari le champion Joe di Maggio parce que celui-ci la délaissait et « préférait la télévision » aux embrassements de sa femme. Cette nouvelle, qui en soi ne m'intéresse guère, m'a frappé cependant parce qu'il semble impensable qu'une femme qui symbolise, pour toute une partie du monde, la beauté, n'inspire très vite que de l'indifférence à un homme qui l'aimait. L'amour serait-il un mythe ? La beauté est-elle un mythe ? Et, d'ailleurs, qu'est-ce que le beau ?

Alain DELUSSANGE, Lyon.

Françoise GIROUD répond :



Les mythes ne sont pas objet de discussion. Ils vivent ou ils ne vivent pas. André Malraux a écrit, je ne sais où, qu'ils font appel non à notre raison mais à notre complicité, qu'ils se développent dans la mesure où ils justifient nos sentiments.

De l'amour, les Anciens disaient qu'il est une maladie lorsqu'il va au-delà de la volupté qu'ils avaient pour sa fin naturelle. « Aucuns n'avaient pensé que c'était une rage... » raconte Plutarque.

Pour les platoniciens, c'est l'élan vers le divin, l'ascension de l'homme vers Dieu, l'objet aimé n'étant que l'instrument de cette ascension qui aboutit à la négation de l'être fondu dans l'absolu.

Beaucoup d'auteurs modernes sont plus ou moins platoniciens et tiennent en tout cas l'amour pour un état recherché par l'homme parce qu'il le transporte hors de lui-même. Déjà saint Augustin, parlant des erreurs de sa jeunesse, disait : « J'aimais aimer » et non « J'aimais les femmes ».

Mais cet objet aimé au sujet duquel on est aujourd'hui d'accord pour considérer qu'il n'est que catalyseur, on sait aussi depuis Freud qu'il doit posséder, pour agir, certaines caractéristiques.

Si les magazines du cœur continuent imperturbablement à persuader leurs lectrices que les hommes aiment les blondes modestes et bonnes ménagères, ou les brunes coquettes et sportives — il faut bien que semaine après semaine chacune y trouve son compte — ils seront bientôt seuls avec leurs lectrices à faire de l'amour un hommage rendu aux femmes parfaites en tous points aux yeux de la société.

Valeur marchande

Mais vous-même n'êtes-vous pas inconsciemment victime de cette mythologie-là ? Et n'assimilerez-vous pas les caractéristiques nécessaires pour devenir objet d'un amour à des vertus morales ou physiques cataloguées, pétrifiées en quelques clichés ?

Or, aux termes des plus récents travaux des psychologues, il semble aujourd'hui certain que dans sa recherche de la femme idéale qui lui permettra de « se sentir aimé », l'homme

est prisonnier d'une image intérieure, composée des impressions reçues dans sa prime enfance, et qui détermine ses mécanismes affectifs. Image où interviennent à la fois des éléments physiques et psychologiques réunis en une mosaïque compliquée.

Voilà sans doute pourquoi il n'est pas fatal d'aimer Mlle Marilyn Monroe, aussi désirable soit-elle par ailleurs, aussi désirable qu'elle ait pu paraître à M. di Maggio qui, une fois devenu son légitime propriétaire, s'est assez vite aperçu, semble-t-il, qu'il la désirait de moins en moins.

Tout objet possédé cesse d'être précieux. Tout ce qui est atteint est détruit, même Marilyn Monroe.

Sans doute les caractéristiques de cette aimable personne ne correspondaient-elles pas profondément aux mécanismes affectifs de son mari que l'on retrouvera peut-être un jour épris

Renaissance ou de la rosette de la Légion d'honneur.

Mais il y a beaucoup plus de voitures, de châteaux et de décorations disponibles que de femmes tenues pour belles. D'où la valeur « marchande », si j'ose dire, de celles qui ont réussi à faire officialiser leur beauté, qu'elles soient actrices, mannequins, reines victorieuses de quelque tournoi, peu importe.

C'est le cas de toutes les « vedettes » et comme il n'est nullement exclu que d'ici quelques années les femmes trouvent d'autres voies pour atteindre la célébrité qui marque du tampon « valeur reconnue », on verra alors la convoitise des hommes s'exercer aussi bien sur une dame prix Nobel de chimie que sur les Marilyn Monroe de l'époque.

Nous n'y sommes pas encore mais quelques signes précurseurs annoncent



MARILYN MONROE

Les mythes ne se créent pas sans notre complicité.



MARIA SCHELL

de quelque terne et anonyme créature. Mlle Monroe peut certes, comme tout le monde, être l'objet d'un amour mais il se peut qu'elle ait, plus qu'une autre, quelque difficulté à le devenir parce qu'elle est l'objet de trop de convoitises qui risquent de s'interposer entre elle et celui pour lequel elle serait faite.

Elle est convoitée parce que l'homme qui possède une femme reconnue pour belle se sent confirmé dans sa puissance, confirmation qu'il peut d'ailleurs également obtenir par la possession d'une grosse voiture, d'un château

déjà le temps où les hommes confèrent la beauté à des femmes qu'ils auraient, vingt ans plus tôt, tenues pour vieilles et dépourvues d'attraits.

Car la beauté — nous y voilà — si elle ne suffit pas à alimenter l'amour, reste la chiquenaude qui en déclenche le mécanisme, du moins chez l'homme non pervers qui éprouve pour elle une préférence innée.

Le signe matériel

S'il est vrai que l'être humain, obscurément conscient de son essence divine, éprouve la nostalgie de la beauté éternelle, n'est-il pas naturel qu'il en recherche les expressions visibles, les signes matériels ?

C'est peut-être l'un de ces signes que nous appelons la beauté physique, celle où vous voulez aujourd'hui voir un mythe.

Mais que notre conception de la beauté féminine soit soumise aux variations de la mode ne signifie nullement que cette beauté n'existe pas. Seulement que nous en jugeons selon un système de référence mouvant.

Qui est beau ? On peut sans doute répondre : est physiquement beau celui qui s'identifie le plus précisément possible à l'une des représentations matérielles de la beauté que chaque époque se crée. Chaque époque, chaque race, chaque civilisation.

Comment elles sont créées, c'est là un autre sujet. Mais vous ne contesterez pas, je pense, qu'à des époques différentes Diane de Poitiers, Mona Lisa, Pauline Bonaparte et la Belle Otero aient porté, pour des raisons diverses, l'auréole de la beauté.

Or notre époque est celle où le cinéma est entré par effraction dans la vie de millions d'individus, créant des représentations de la beauté si impérieusement répandues qu'il devient impossible de s'y soustraire.

Le cinéma tyran

Il n'est pas exagéré de dire que depuis trente ans le monde occidental a été positivement tyrannisé par Mary Pickford, Clara Bow, Greta Garbo, Marlène Dietrich, comme il l'est aujourd'hui par Marilyn Monroe.

Si nous la trouvons belle, ce n'est pas parce que ses traits se composent selon une architecture donnée, mais

parce qu'à partir de l'instant où cette architecture est décriée telle la ou son image circule, elle le devient.

Toutes sortes de raisons esthétiques, psychologiques, sexuelles, ont pu intervenir pour qu'en 1955 ce soit elle, plutôt qu'une autre, qui se transforme en archétype, en étalon de référence. Mais c'est un fait. Elle est l'une des représentations du beau. Donc, qu'on le veuille ou non, elle est belle.

Alors c'est elle, et quelques-unes de ses sœurs de pellicule, que des millions de femmes occidentales s'efforcent, consciemment ou pas, d'imiter.

De sorte que ceux-là mêmes qui ne vont guère au cinéma se voient imposer une représentation standardisée de la beauté parce que leur crémière, leur femme, leur concubine, leur mannequin, toutes les femmes qui composent leur univers quotidien se maquillent comme Marilyn Monroe ou se coiffent comme Audrey Hepburn, et finissent par ressembler à l'une des trois ou quatre vedettes qui, de dix ans en dix ans, exercent leur dictature.

La drogue idole

Il serait d'ailleurs intéressant d'étudier dans quelle mesure ces images de la beauté violemment imposées de l'extérieur luttent avec l'image que l'homme projette sur son écran intérieur. Peut-être découvrirait-on que l'idole cinématographique est l'une des drogues qui paralysent ou égarent l'homme moderne dans sa recherche de la femme idéale, qui le contraignent à errer.

Peut-être au contraire les nouvelles générations de petits garçons ne recevront-elles plus dans la première enfance que des impressions physiques dérivées de nos idoles cinématographiques et parviendront-elles à une standardisation confortable de la beauté.

Vous ai-je dit pour finir ce qu'est le beau ? Platon a écrit trente bonnes pages de dialogue entre Socrate et Hippias où il esquisse cinq tentatives de définition pour arriver à cette conclusion : « Le débat est sans issue. J'ai honte d'oser disserter sur les belles occupations, moi qui me laisse si manifestement rûter sur la question du beau au point de ne même pas savoir quelle peut être la nature de ce beau dont je parle. »

On ne saurait mieux dire, si Kant ne nous fournissait cette suprême définition : « J'appelle beau ce qui plaît sans intérêt. »

LE COURRIER DE SOCIUS

SOCIUS a reçu un important courrier, mais aucun des problèmes qui lui ont été soumis ne se prêtant à une analyse d'intérêt général, il n'exposera pas ici cette semaine.

« L'Express » rappelle à ses lecteurs que, sous le pseudonyme de Socius, se dissimulent deux des meilleurs spécialistes actuels des « sciences humaines », qui ont accepté de consacrer une partie de leur temps à ceux qui cherchent une solution à un problème d'ordre personnel.

Tout homme, toute femme, peut aujourd'hui « prendre sa vie en main » s'il recourt à la science neuve des relations humaines, aux applications modernes de la sociologie et de la psychologie.

Encore faut-il que cette science soit maniée avec tout le sérieux nécessaire, par des spécialistes expérimentés. C'est pourquoi « L'Express » a mis Socius à la disposition de ses lecteurs. Voici comment son service fonctionne pratiquement :

— Tout abonné de « L'Express » peut désormais soumettre par écrit le problème qui le préoccupe personnellement à Socius. Le courrier libellé à son nom sera directement dirigé vers son service SANS ÊTRE DÉCACHÉTÉ.

— Chaque lettre fera l'objet d'une réponse individuelle de Socius, qui se considère comme tenu par le secret professionnel et qui ne peut en aucun cas livrer le nom de ses correspondants.

— Socius dégagera régulièrement de son courrier le problème humain qui lui paraîtra susceptible d'intéresser généralement les lecteurs de « L'Express » et exposera ici comment la solution à ce problème donné se présente selon les circonstances et les personnes.



Mon Agent de Voyages me l'avait dit : On peut faire confiance à KLM et je peux maintenant en témoigner

C'est la première fois que ma petite fille voyage seule. Mais maintenant je n'hésiterai plus à la confier à KLM : son voyage l'a enchantée. L'hôtesse de l'air a été si gentille que ma fille voulait la ramener à la maison !

Les 35 années d'expérience aérienne de KLM sont votre garantie de voyages dont vous aimerez vous souvenir.

90% de nos passagers adoptent KLM sur recommandation.

Votre Agent de Voyages s'occupera d'établir vos billets, de réserver vos places et vos chambres d'hôtel. C'est votre « Conseil en Voyages ».

Consultez-le ou les bureaux KLM.

Paris-Passagers : 100, Av. des Champs-Élysées

36 bis, Av. de l'Opéra, Tél. : 05-13

Bureaux à Bordeaux, Tél. : 881-94 - Nice, Tél. : 889-05

Lyon, Tél. : FRanklin 38-25 - Lille, Tél. : 555-11

