

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
FACULTATEA DE LITERE
DEPARTAMENTUL DE LIMBI ROMANICE
CATEDRA DE FRANCEZĂ

DOCTORAT ȘTIINȚIFIC ÎN DOMENIUL FILOLOGIE

AMÉLIE NOTHOMB OU L'ESTHÉTIQUE DE LA MODE

Rezumat teză de doctorat

COORDONATOR
Prof.univ.dr. YVONNE GOGA

DOCTORAND
TEODORA-CRISTINA POPA
(Căs. CERNĂU)

CLUJ-NAPOCA
2013

Trăim, în epoca extremului contemporan, sub dictatura capriciilor modei care se impune în tot ceea ce ține de circulația obiectelor, ideilor ori a curentelor estetice. Deși mediile academice o consideră adesea ca fiind o manifestare umană frivolă, superficială și demnă de dispreț, ne-am propus să adoptăm o poziție științific-obiectivă în fața modei, pentru a dovedi astfel că ea își are locul în preocupările lumii universitare. Prin cercetările pe care le-am întreprins pentru elaborarea acestei teze am descoperit în jurul fenomenului modei un univers vast ce poate fi cunoscut dacă e trecut prin grila de lectură a esteticii, prin gândire și analiză. Teza de față își propune să abordeze moda pe trei niveluri: vestimentar, ca fenomen social și ca estetică, ceea ce ne permite să facem legătura cu literatura. Prezentarea multiplelor fețe ale modei are ca scop să permită identificarea liniilor de forță în evoluția conceptului și să furnizeze o viziune pluriperspectivistă asupra acestui fenomen care invadează toate sferele vieții sociale.

Am plecat în demersul nostru de cercetare de la cuvintele lui Gilles Lipovestky care consideră că societatea hipermodernă a atins un nivel al hiperconsumului, trecând de la o modernitate numită « limitée » la una « achevée » ce a produs o schimbare de paradigmă în ceea ce privește percepția literaturii, statutul scriitorului, lectura și rolul cititorului, noile canale de difuzare a cărților (Internet), numerizarea cărților (pdf, carte electronică, carte audio) sau în privința modalităților de promovare (Facebook, Twitter, saloane de carte etc.). Considerăm că unul dintre scriitorii a căror operă ilustrează foarte bine această schimbare de paradigmă este autoarea belgiană Amélie Nothomb. Trăind ea însăși sub imperiul modei, scriitoarea a cărei operă o studiem escaladează în manieră paroxistică scena literară și publică cel puțin un roman în fiecare an. Astfel, ea ilustrează foarte bine schimbarea de statut a scriitorului contemporan, supus din ce în ce mai mult unui proces de „celebrizare”. Ca autoare devenită o adevărată marcă, ea se remarcă prin grafomanie, altfel spus printr-o frenezie a scriiturii manifestată sub forma unui program zilnic de scris bine definit, prin publicarea a ceea ce s-ar putea numi „laboratorul său de creație”, dar și prin capacitatea de a-și transforma romanele în bestselleruri.

Studiind masa impresionantă de lucrări critice consacrate operei românești a scriitoarei Amélie Nothomb, am putut remarca interesul cercetătorilor pentru problemele¹ ce

¹ Tara Collington, « Hugo à la rencontre de Rabelais : l'esprit carnavalesque dans *Attentat* d'Amélie Nothomb », *Études françaises*, vol. 42, n° 2, 2006, p. 149-166 ; Guyot-Bender Martine, « Canons in mutation : Nothomb, Houellebecq et Alia on the net », *Contemporary French and Francophone Studies*, Vol. 10, No. 3, September 2006, pp. 257-266 ; Guyot-Bender Martine, « Coding Japan : Amélie Nothomb's and Alain Corneau's *Stupeur et tremblements* », *Contemporary French and Francophone Studies*, Vol. 9, No. 3, December 2005, pp. 369-378 ; Andrea Oberhuber, « Réécriture à l'ère du soupçon insidieux : Amélie Nothomb et le récit postmoderne ». *Études*

țin de intertextualitate, de rescriitură, de melancolia stilului, de psihanaliză, instituția literaturii, autoficțiune, feminism, de reflectarea spațiului japonez în opera autoarei etc., dar nicio monografie, studiu sau articol nu s-a axat până în prezent pe problematica modei și a influențelor acesteia asupra creației literare.

Ținând cont de faptul că moda se manifestă ca unul dintre cele mai vizibile simptome ale transformărilor pe care le cunoaște o societate într-o anumită epocă, considerăm că o asemenea abordare a operei scriitoarei Amélie Nothomb va aduce informații foarte interesante despre lumea contemporană și despre modul în care aceasta e reflectată în literatură. Noutatea demersului pe care îl propunem constă deci în faptul că ne propunem să privim opera nothombiană dintr-o perspectivă pluridisciplinară și să discernem amprenta pe care moda din perspectivă vestimentară, socială și estetică o pune asupra romanelor sale.

Realizarea acestui proiect a pus în fața noastră două dificultăți majore. Prima dintre acestea se referă la faptul că majoritatea lucrărilor apărute pe această temă se ocupă de moda vestimentară și pierd din vedere toate celelalte domenii de influență. Conform acestei abordări, moda e lipsită de caracterul său proteiform, ce îi permite de fapt să instaureze dictatura gustului asupra lucrurilor materiale și imateriale în egală măsură. Este de netăgăduit totuși că reflecția asupra modei conduce la concluzia că avem de-a face cu un fenomen social mai larg în cazul căruia convergența gustului colectiv se poate aplica în toate sferile de interacțiune, chiar în aceea reprezentată de literatură. Modul nostru de a depăși această dificultate a fost formularea unei definiții proprii a conceptului de ‘modă’, sprijinindu-ne pe lucrările consultate și adăugând la acestea aspectele neglijate de alți cercetători.

françaises, vol. 41, no 1, 2004, p. 111-128 ; Agnieszka Panthowska, « L'autre comme un autre ou comme le même. Le dialectique de l'altérité de la mêmété dans *Stupeur* », *Francofonia*, numéro 009, Universidad de Cadiz, Espana, pp. 187-204 ; Yves-Antoine Clemmen, « Où a quand même lieu la littérature française : situer Nothomb à la rentrée littéraire 2005 », *Contemporary French and Francophone Studies*, Vol. 11, No. 4, October 2007, pp. 481-488.

A doua dificultate privește bibliografia consultată. În Franța, tema modei nu este una frecvent abordată în mediul academic. Din această cauză, am simțit nevoia de a consulta lucrările anglo-americe cele mai recente în acest domeniu. Se poate, de fapt, afirma că tocmai în spațiul anglofon discuția asupra temei modei cunoaște o mai mare aprofundare teoretică. În acest context științific aparte, cercetarea este cu adevărat cumulativă. Dat fiind faptul că lucrările amintite nu au fost încă traduse în limba franceză, ne-am văzut obligați să propunem propriile noastre traduceri. În pofida numărului mare de lucrări despre modă citate, bibliografia pe care am constituit-o nu se pretinde totuși exhaustivă.

Dat fiind că moda este o noțiune compozită ce își trage rădăcinile din artă, viața culturală și politică, nu am putut să trecem cu vederea nicio metodă de cercetare. Metodele pe care le găsim convenabile sunt analiza textuală, pragmatica literară, problematica poetică, care ni se par potrivite pentru a le conjuga cu punctele de vedere estetic, sociologic, semiotic, feminist, psihologic și economic. Toate aceste perspective fuzionează într-o metodă de cercetare literară și poetică. Metoda noastră de lucru își propune să reunească aceste puncte de vedere, pentru că noi considerăm că ele oferă analiza cea mai detaliată și pertinentă a fenomenului modei de unde izvorăște succesul literar al scriitoarei Amélie Nothomb în calitate de bestseller.

Plecând de la aceste considerații, ne-am structurat teza în două părți. Prima propune o discuție teoretică în jurul noțiunii destul de ambigue de modă. În realitate, ambiguitatea termenului ține de conceptualizarea sa deficitară, de punctul său de plecare care este un subiect controversat și de bogatul inventar de termeni legați de modă care încearcă să țină locul acestei conceptualizări. Dificultatea circumscrierii și a definirii modei este cauzată tocmai de caracterul său multidimensional, de ambiguitatea și dinamica accepțiunilor acestui termen.

Moda cunoaște variații, se pretează la reformulări, ba chiar la manipulări. Prin urmare, teza de față nu pretinde și nu poate surprinde toate accepțiunile date termenului de modă în științele umaniste și sociale. Am ales să punem accentul pe discutarea perspectivelor feministă, estetică, psihologică, sociologică, semiologică și economică, fără a neglija însă faptul că și alte discipline științifice contribuie la definirea acestui termen: antropologia, istoria, etnologia, filosofia, marketingul sau gestiunea întreprinderilor. Neputând să tratăm exhaustiv subiectul, ni s-a părut legitim să ne concentrăm asupra unui set de date necesare demersului analitic la care vom supune opera romanescă a scriitoarei Amélie Nothomb.

În altă ordine de idei, ne-am propus și credem că am reușit să schițăm raporturile care se stabilesc între modă și literatură, începând cu reliefația modului în care moda a fost

exploată de scriitorii francezi de-a lungul secolelor, prin analiza instituției literaturii care cunoaște influențe din partea tendințelor unei epoci sau ale alteia, și terminând cu reconfigurarea câmpului literar prin procesul de ‘celebrizare’ și de ‘bestsellerizare’, ce afectează literatura extremului contemporan.

Cea de-a doua parte a tezei noastre se intitulează « Fenomenul Amélie Nothomb », ea fiind constituită dintr-o analiză detaliată a modei pe trei niveluri: vestimentar, ca fenomen social și ca estetică. Trebuie să precizăm că operele cuprinse în demersul nostru analitic alcătuiesc un corpus ce nu se suprapune perfect peste ansamblul producției literare a scriitoarei belgiene. Prin urmare, am selectat o nuvelă, intitulată *Sans nom* (2001), care aduce în prim plan diferite dependențe într-un cadru magico-realist, și o piesă de teatru, *Les Combustibles* (1994), care prezintă statutul amenințat al cărții în arealul literaturii. Ne-am oprit apoi asupra a nouăsprezece romane² care ilustrează prin natura subiectului lor cele trei instanțe ale modei și pe care le-am împărțit în două categorii: autoficțiuni și ficțiuni.

În categoria autoficțiunilor, am inclus *Le Sabotage amoureux* (1993), *Stupeur et tremblements* (1999), *Métaphysique des tubes* (2000), *Biographie de la faim* (2004), *Ni d'Ève ni d'Adam* (2007) și *Une forme de vie* (2010). În ceea ce privește categoria ficțiunilor, am conceput-o dintr-o perspectivă tematică. Prin urmare, ne-am folosit de analiza romanelor *Hygiène de l'assassin* (1992), *Péplum* (1996) și *Le Voyage d'hiver* (2009) pentru a ilustra tema instituției literaturii care suferă de influențele modei. Ideea maladiilor la modă a fost pusă în evidență în romanele *Les Catilinaires* (1995), *Cosmétique de l'ennemi* (2001) și *Robert des noms propres* (2002), în timp ce subiectul conex al dependențelor a fost exploatat în romanele *Journal d'Hirondelle* (2006), *Le Fait du prince* (2008) și *Tuer le père* (2011). Universul creatorilor de modă și al manechinelor a fost ilustrat în romanele *Attentat* (1997) și *Barbe bleue* (2012). Totodată, dimensiunea sociologică a romanelor Améliei Nothomb își găsește proiecția extraordinară în romanele *Antéchrista* (2003), care pune în valoare mecanismul imitației, și *Acide sulfurique* (2005), care mizează pe gusturile diferite scoase în evidență de subiectul său șocant.

Primul capitol al părții a doua a tezei noastre e consacrat modei vestimentare. Propunem aici o abordare interdisciplinară și o lectură pluriperspectivistă asupra obiectelor de îmbrăcăminte așa cum apar ele în economia operei nothombiene, subliniind în mod special contribuția adusă de cercetările semiologice, feministe, de psihologie, estetică și sociologie la

² Am exclus romanul *Mercur* (1998), ce nu face referire la niciun aspect al modei care să îmbogățească cercetarea noastră.

înțelegerea fenomenului Amélie Nothomb. Interesul nostru s-a îndreptat în egală măsură asupra sistemelor obiectelor la modă, asupra portretului creatorului de modă și asupra universului aparte al manechinelor.

Al doilea capitol al părții a doua a tezei noastre abordează moda ca fenomen social. În analiza noastră, ne oprim asupra tendințelor societății hiperconsumeriste descrise în opera scriitoarei Amélie Nothomb, discutând cu exemple pe marginea sociologiei modei, a mitologiei contemporane, a bolilor care sunt în vogă în epoca în care trăim și a gustului pentru spectacol.

Ultimul capitol se ocupă de modă ca estetică. Aici ne propunem să abordăm problematica raportului dintre frumos și urât, a idealului de frumusețe feminină, conceptul de bestseller, teoria succesului literar și a receptării, dar și profilul liderului în moda literară. Vom arăta că Amélie Nothomb reușește să îmbine moda abstractă cu cea concretă cu scopul de a promova o estetică a scriiturii care invită la lectura în masă.

Nu în ultimul rând, țelul acestei teze este să analizeze modul în care popularitatea, faptul că ceva „este la modă”, conduce la creșterea consumului acelui bun, ceea ce determină metamorfoze vestimentare, sociale și estetice. În contextul creației românești de la sfârșitul secolului al XX-lea și începutul celui de-al XXI-lea, ne propunem să discutăm statutul scriitorului confruntat cu gusturile marelui public, cu forțele mediatică și cu instituțiile literare, indispensabile epocii noastre în ceea ce privește vizibilitatea operei. Marea provocare a demersului nostru de cercetare va fi să dovedim că, prin scriitura sa, Amélie Nothomb a impus o estetică a modei ce i-a permis să devină ea însăși un adevărat fenomen literar și social în egală măsură.

Prin urmare, adoptând o abordare științifică a modei, credem că am demonstrat în teza noastră că textele literare sunt și ele influențate și reconfigurate de puterea de emanație a modei, cu consecințe adesea de nebănuit asupra lectoratului. Viziunea pluriperspectivistă asupra modei pe care am pus-o în relație cu literatura scriitoarei Amélie Nothomb a urmărit să dovedească faptul că opera acesteia se pretează foarte bine la analize interdisciplinare.

Toate considerațiile făcute pe parcursul acestei teze subliniază faptul că, în calitate de lider al pieței literare, Amélie Nothomb instituie o dublă estetică a modei și a scriiturii, pe baza căreia își construiește succesul literar și își transformă fiecare nouă apariție într-un bestseller.

Data fiind schimbarea de paradigmă a statutului scriitorului în epoca extremului contemporan, scriitoarea profită până și de caracterul prozaic al vieții sale cotidiene pentru a crea o adevărată mitologie personală ce dă naștere, în cazul său, procesului de ‘celebrizare’.

În fapt, regularitatea cu care scriitoare belgiană publică un nou roman în fiecare toamnă subliniază faptul că ea a născut în jurul numelui său o adevărată modă, condiționând reflexul de cumpărare al cititorului. Fiecare nouă apariție de carte seamănă, în cazul ei, cu lansarea unei noi colecții vestimentare ce se produce o dată pe an.

Tributară forțelor mediatiche, Amélie Nothomb este un autor devenit deja o marcă, fiind în egală măsură un fenomen literar legitim. În opinia lui Jacques Dubois, se poate afirma fără nicio rezervă că ea a parcurs toate etapele procesului de legitimare ca scriitor. Datorită prezenței și recunoașterii ei în câmpul literar, consacrarea numelui său ca literatură de calitate este dovedită, de asemenea, cu ajutorul criticii numeroase și a simpatiei pe care o stârnește în rândul juriilor ce acordă premii literare. Un ultim pas în evoluția unui autor, canonizarea sau intrarea în patrimoniul literar e făcută posibilă în cazul scriitoarei belgiene prin includerea sa în programe, antologii și manuale școlare. De fapt, una dintre principalele calități ale romanelor nothombiene este lizibilitatea lor, ce reprezintă criteriul ultim de reușită editorială.

Urmând tendințele actuale de scriitură și transformând moda în temă centrală a cărților sale, Amélie Nothomb se remarcă printr-o producție literară ce se pretează la o analiză literară realizată pe cele trei niveluri deja enunțate : moda vestimentară, moda ca fenomen social și moda ca estetică. În ceea ce privește moda vestimentară, am recurs la o analiză sistematică realizată în funcție de diferitele aspecte pe care le îmbracă moda (sociologie, estetică, feminism, psihologie, semiologie) discutate în partea teoretică a tezei noastre. Ele ne-au permis să abordăm o perspectivă pluralistă asupra obiectelor de îmbrăcăminte așa cum sunt ele reflectate în opera acestei scriitoare.

Lectura pluralistă a modei vestimentare a plasat în prim plan dimensiunea sociologică a acestei teme, care arată că personajele autoarei belgiene utilizează obiectele de îmbrăcăminte pentru a se demarca de grupul social din care fac parte sau, dimpotrivă, pentru a se identifica cu mediul social pe care îl frecventează. Prin codul vestimentar adoptat sau respins, personajele își exprimă personalitatea și se pun în relație cu moda. Din punct de vedere semiologic, hainele sunt semne vizibile ce exprimă ființa umană și indicii ale seducției ce contribuie la desfășurarea narativă propriu-zisă. La Amélie Nothomb pot fi observate două polarități semiologice în ceea ce privește obiectele de îmbrăcăminte : pe de o parte e vorba de puterea lor de seducție, iar pe de altă parte ele conferă un anumit simbolism seducătorilor.

Prin faptul că acordă o mare importanță semnelor, personajele feminine suferă influența mitului frumuseții. Din perspectivă feministă, moda vestimentară adoptată de eroinele scriitoarei Amélie Nothomb trebuie interpretată în relație cu convingerea autoarei

conform căreia pubertatea este o etapă-cheie în viața unei fete, etapă ce modifică raporturile femeii cu corpul său și percepția asupra propriei sale nudității. În plus, hainele reprezintă pentru femeia postmodernă niște instrumente necesare în procesul de construcție a identității personale, de care are imperioasă nevoie în fața tiraniei supleții.

În altă ordine de idei, hainele îmbracă în proza scriitoarei belgiene conotații psihologice deoarece indică forța lor de metamorfozare în veritabile instrumente ce oferă plăcere, protecție, răzbunare, exaltare sau care care fac posibil un complicat joc de măști. Fiind purtătoare de semnificații, hainele comunică cititorului informații despre starea psihologică a personajelor nothombiene, care sunt în căutarea unui echilibru imposibil de atins.

Dat fiind faptul că moda poate fi definită ca o estetică a frumosului și a metamorfozei, am subliniat în teza noastră faptul că în opera romanescă a scriitoarei Amélie Nothomb portretele personajelor feminine configurează un model estetic de frumusețe aflat sub semnul supleții. Cu toate acestea, urâtenia joacă și ea un rol esențial în alegerile vestimentare care produc jenă și durere. Astfel, estetica consanguină a frumuseții și a urâteniei caracterizează opera romanescă a acestei autoare, reperabilă și în moda vestimentară descrisă în romanele sale. Inițiate foarte devreme în cultul estetic pe principiul dostoievskian conform căruia doar frumusețea poate salva umanitatea, personajele nothombiene fascinează cititorul tocmai prin viziunea lor estetică.

În ceea ce privește sistemul obiectelor la modă prezente în proza nothombiană, am constatat că acestea exercită o atracție irezistibilă asupra autoarei. Gustul său pentru noutate se exprimă și prin pasiunea pentru accesoriile de modă precum pălăria, devenită un element metonimic pentru Amélie Nothomb în mass-media. În plus, trebuie evocate laitmotivele părului și machiajului ce se regăsesc în romanele sale, care dezvăluie feminitatea scriitoarei și aplecarea ei pentru contemplarea estetică.

Prin urmare, am exploatat două imagini elocvente pentru a demonstra faptul că moda este un fir călăuzitor în proza scriitoarei Amélie Nothomb: portretul creatorului de modă și profilul manechinului. Am adăugat galeriei personajelor nothombiene tipul dandy-ului în variantă modernă și două tipuri de manechine care întruchipează estetica frumuseții și a urâteniei dezvoltată de romancieră la toate nivelurile.

În ceea ce privește moda ca fenomen social total, am observat că în epoca contemporană moda «achevée» se infiltrează în toate compartimentele societății și declanșează înclinația autoarei pentru metamorfozele în ritm alert.

În demersul nostru analitic, am arătat că în proza sa, Amélie Nothomb se interesează îndeaproape de problematica manifestărilor sociale ale modei. Dat fiind faptul că moda ca fenomen social a restructurat integral corpul social, am ales să trecem de la moda vestimentară așa cum e ea reflectată în cărțile scriitoarei belgiene la moda văzută ca fenomen social mai larg, mai complex.

Descriind această epocă a excesului și a hiperconsumerismului în care trăim, inventarul tendințelor sociale descrise de Amélie Nothomb dezvăluie o operă romanescă plasată tocmai sub acest semn al excesului. Tendințele instituționale pe care scriitoarea le exploatează pentru a-și contextualiza narațiunile sunt legate de viziunea exacerbată asupra lumii pe care o reinterpretează după propria sa logică. Este deci evident că opera sa capătă o dimensiune sociologică ce nu poate fi ignorată nici la nivel tematic, nici la cel al construcției personajelor. Puternic influențate de impulsurile paradoxale ale modei care împing în același timp către diferențierea de grup și către identificarea cu acesta, personajele nothombiene se împart în două categorii: imitatorii care încearcă să se integreze în grup și cei aleși care acționează ca modele excepționale.

Fondatoare a unei adevărate mitologii contemporane, Amélie Nothomb se remarcă prin rescrierea legendelor, a basmelor și a miturilor antice și contemporane care îi dezvăluie aplecarea pentru metamorfozele textuale conform esteticii personale. Ancorate în imaginarul colectiv, miturile sunt utilizate de scriitoarea noastră pentru a-și exprima propria viziune asupra valorilor culturale unanim recunoscute și acceptate. Puse în paralel cu logica seducției și a plăcerii caracteristice societății contemporane, alegerea celor trei mituri (al genezei, al lui Zarathustra et al Șeherezadei) se justifică prin nevoia de a sublinia caracterul excepțional al autoarei. Destinul ei fabulos este legat de ipostaza de copil-zeu, de evoluția sa zarathustriană și de estetica ei fondată pe capacitatea de a spune povești la nesfârșit.

Dat fiind faptul că moda se amestecă în toate sferele vieții sociale, nu ne-a surprins deloc să remarcăm faptul că bolile sunt și ele influențate de modă. În spiritul conformismului social, personajele scriitoarei Amélie Nothomb suferă tulburări de conduită alimentară și de dependențe de tot felul. Numită de critica literară „veșnica flămândă”, scriitoarea belgiană își construiește de fiecare dată personajele între două extreme: anorexia și obezitatea, abținerea și deriva culinară, plăcerea și ura față de sine, fără a găsi vreodată calea de mijloc. Considerăm că această tendință de căutare a extremelor este un semn distinctiv al prozei nothombiene. Dacă pe de o parte estetica foamei împinge scriitoarea către creație, estetica vomei o împiedică, dimpotrivă, să resimtă plăcerea pe care o caută și care îi este indispensabilă.

Oscilând între autocontrol și iresponsabilitate, deci între anorexie și obezitate, personajele scriitoarei studiate de noi se împart în două categorii: cele anorexice care sunt în general de sex feminin și cele obeze care sunt mai degrabă bărbați. Influențate de modă, ele reprezintă adevărați martiri ai mitului contemporan ai frumuseții, supuși tiraniei supleții. Totuși, obsesia scriitoarei pentru corpul asexuat văzut ca o declarație a refuzului de a deveni Femeie pare să indice o atitudine postfeministă, a femeii care își anulează feminitatea. Dimpotrivă, obezitatea ca fenomen epidemic reprezintă un abandon în fața plăcerii gastronomice ce se vrea o compensație pentru eșecurile suferite în viață.

Multiplele forme ale dependenței (drog, sex, crimă, hrană) prezentate de Amélie Nothomb în proza sa intră în cadrul conduitelor afirmării de sine și a nevoii de identificare, fiind puse în relație cu falsa impresie de confort și de stare de bine furnizată de societate. Trăite ca niște inițieri ce contribuie la căutarea identitară, aceste dependențe se propagă în corpul social prin imitație și reprezintă de fapt niște strategii de adaptare.

În altă ordine de idei, moda ca fenomen social determină modul în care oamenii percep mediatizarea raporturilor sociale. Am remarcat pe parcursul cercetării noastre că majoritatea personajelor nothombiene împărtășesc cu scriitoarea gustul spectacolului și caută celebritatea ca și ea. Prin intermediul scenariilor împinse la extrem, autorul arată că celebritatea se pretează la comercializare și că statutul de vedetă întreținut de forțele mediatice face parte din cultura noastră contemporană axată pe jocul și pe cultul aparențelor. Toate considerațiile expuse în al doilea capitol dovedesc că opera romanică a scriitoarei Amélie Nothomb este impregnată cu manifestări sociale ale modei.

În termeni de estetică, am remarcat că există trei axe de urmat în privința producției literare a scriitoarei Amélie Nothomb: estetica frumuseții și a urâteniei, estetica bestsellerului și cea a scriiturii-modă. Într-o primă etapă, analiza romanelor sale a revelat o adevărată estetică a frumuseții și a urâteniei și existența idealului de frumusețe feminină. Am constatat că frumusețea ce atinge sublimul e întotdeauna legată cu urâtenia absolută și contemplarea estetică a obiectelor, a țărilor sau a poveștilor provoacă plăcerea autoarei.

Analiza întreprinsă de noi asupra romanelor scriitoarei Amélie Nothomb a scos în evidență existența unui ideal de frumusețe feminină axat pe trei elemente recurente: chipul, părul și suplețea corpului.

Frumusețea extraordinară a personajelor e întotdeauna expusă fie pe un fond tragic, fie în amestec cu urâtul. Dat fiind faptul că judecățile de valoare ale personajelor nothombiene asupra frumuseții nu au nimic în comun cu percepția generală, considerăm că este vorba, într-adevăr, de o estetică a frumuseții răsturnată. Originalitatea operei românești

nothombiene e dată de asemenea de multitudinea de reguli pentru buna folosire a frumsueții și a urâteniei. Deși aceste axiome reprezintă viziuni exacerbate, personajele pleacă de la un miez de adevăr interpretat după o logică a excesului.

Plecând de la premisa că bestsellerul se definește ca o carte la modă, am demonstrat că instituțiile literare suferă și ele influența modei. Prin personajul Prétéxtat Tach, Amélie Nothomb ilustrează o adevărată teorie a succesului literar care, în ciuda viziunii deformată, subliniază importanța triadei autor-text-cititor. Impregnate de întrebări privitoare la statutul literaturii, ficțiunile nothombiene aduc în fața cititorului moartea autorului, receptarea operei literare, statutul schimbător al cititorului, strategiile de promovare ale caselor de editură, relația scriitorului cu agentul său literar, procesul de scriitură sau destinul cărții. De fapt, scopul acestei problematizări paroxistice este să sublinieze influența modei asupra universului literar și consecințele nefaste ce derivă din conformismul orb al modei. Arătând un interes special receptării textului, autoarea studiată de noi vorbește despre acest subiect în nenumărate rânduri și își afirmă deschis dorința de a zgudui orizontul de așteptare al cititorilor săi.

În demersul analitic propus în ultimul capitol al tezei noastre, am utilizat taxonomia lui Roland Barthes care a identificat două tipuri de modă: o modă concretă și funcțională și o modă abstractă și metafizică. Dacă în cazul scriitoarei Amélie Nothomb moda concretă a vizat analiza statutului său de autor devenit marcă, altfel spus eticheta de besteseller atașată cărților sale din 1992 și contribuția mass-media la accelerarea vânzărilor romanelor sale, moda abstractă a mizat pe receptarea extraordinară a autoarei. În calitate de adevărat lider al modei literare, ea a reușit, prin talentul său, să-i facă pe oameni să citească și să trezescă gustul pentru lectură la cititorii tineri.

Aplecându-se asupra unei duble estetici a modei și a scriiturii, Amélie Nothomb pare să cunoască toate ingredientele necesare pentru a atinge succesul literar: corespondența cu mai mult de două mii de cititori, terapia prin scriitură, grafomania, prezența frecventă în mass-media și procesul de ‘celebrizare’ a scriitoarei. Explorarea dimensiunii pragmatice a universului literar ne-a arătat că succesul romanelor sale se datorează editurii, atașatului său de presă și aparițiilor sale mediatice.

Grație mecanismelor modei care face posibilă convergența gusturilor în materie de lectură și împărtășirea on line a preferințelor literare, Amélie Nothomb îmbracă imaginea unui adevărat lider al modei literare. Publicând în fiecare an bestselleruri așteptate cu nerăbdare de cititorii săi deja fidelizați, autoarea se remarcă prin capacitatea de a transforma lectura într-o tendință de masă. În plus, emergența unei generații Nothomb pasionate de

lectură e o mărturie vie a talentului scriitoarei belgiene de a-i convinge pe oameni de puterea literaturii de a modifica privirea și felul în care aceștia văd lumea. Prin estetica scriiturii-modă pe care o promovează, Amélie Nothomb a reușit să recruteze un număr impresionant cititori, transformându-i în fani și instaurând o modă a lecturii ce nu se va demoda niciodată.

CUVINTE-CHEIE

Modă, tendințe, estetică, Amélie Nothomb, bestseller, marcă, celebritate, contemporaneitate, mitologie, frumusețe.

CUPRINS

Introducere	3
Prima parte	
Fenomenul modei	9
Capitolul 1 Moda	10
1.1. De la noțiune la concept	10
1.2. Terminologia modei	18
1.3. Originea fenomenului modei	26
Capitolul 2 Diferitele fețe ale modei	30
2.1. Abordare semiologică a modei	31
2.1.1. Mitul contemporan	33
2.1.2. Sistemele obiectelor și ale modei	37
2.1.3. Seducția mărcilor	43
2.2. O abordare feministă a modei	46
2.2.1. Identitatea sub presiunea genului și a tendințelor	48
2.2.2. Mitul frumuseții	50
2.3. O abordare psihologică a modei	55
2.3.1. Individul între nevoie și plăcere	57
2.3.2. Anti-moda și victimele modei	60
2.4. O abordare estetică a modei	65
2.4.1. Despre frumusețe	67
2.4.2. Moda ca efect estetic	71
2.5. O abordare sociologică a modei	74
2.5.1. Efectul de imitare și distincție	74
2.5.2. Moda fragmentată	79
2.6. O abordare economică a modei	82
2.6.1. Miturile modei	85
2.6.2. Repere economice	88
Capitolul 3 Modă și literatură	93
3.1. Scriitorii și moda	94
3.1.1. Moda la începuturile sale	95
3.1.2. Moda de o sută de ani	100
3.1.3. Moda deschisă	109
3.1.4. Moda ‘achevée’	114
3.1.5. Moda extremului contemporan	120
3.2. Instituția literară	125

3.3. Bestseller-ul	134
3.3.1. ‘Celebrizarea’ scriitorului spre <i>branding</i> literar	136
3.3.2. Transformarea în marfă a cărților și cititorul consumerist	141
3.3.3. Editura între marketing și estetică	145
A doua parte	
Fenomenul Amélie Nothomb	149
Capitolul 1 Moda vestimentară la Amélie Nothomb	153
1.1. Pentru o lectură pluralistă a hainelor	153
1.1.1. Lectura sociologică	155
1.1.2. Lectura semiologică	160
1.1.3. Lectura feministă	166
1.1.4. Lectura psihologică	176
1.1.5. Lectura estetică	184
1.2. Sistemul obiectelor la modă	191
1.3. Portretul creatorului de modă	199
1.4. Lumea manechinelor	204
Capitolul 2 Moda ca fenomen de societate la Amélie Nothomb	209
2.1. Tendințele în societatea hiperconsumeristă	210
2.1.1. Tendințele instituționale	214
2.1.2. Moda excesului	217
2.2. Sociologia modei	221
2.2.1. Imitatorii	221
2.2.2. Aleșii	226
2.3. Mitologia contemporană	231
2.3.1. Mitul genezei	232
2.3.2. Mitul lui Zarathustra	234
2.3.3. Mitul Șeherezadei	236
2.3.4. Logica seducției și a plăcerii	238
2.4. Maladiile în vogă	245
2.4.1. Estetica foamei și a vomei	248
2.4.2. Anorexia în tendințe	252
2.4.3. Obezitatea	257
2.4.4. Dependențele	263
2.5. Gustul spectacolului	268
2.5.1. Mizele celebrității	268
2.5.2. Căutarea telerealității	272
Capitolul 3 Moda ca estetică la Amélie Nothomb	277

3.1. Estetica frumuseții și a urâteniei	278
3.1.1. Contemplarea estetică a obiectelor	278
3.1.2. Pentru o taxonomie nothombiană	282
3.1.3. Idealul de frumusețe feminină	285
3.1.4. Axiomele estetice	291
3.2. Estetica bestseller-ului	294
3.2.1. Teoria succesului literar	294
3.2.2. Problematici de literatură contemporană	300
3.2.3. Receptarea scriiturii hieratice	303
3.2.4. Scriitorul, agentul literar și editura	305
3.3. Estetica scriiturii-modă	308
3.3.1. Profilul liderului în moda literară	308
3.3.2. Moda concretă	314
3.3.3. Moda abstractă	319
Concluzie	326
Index de nume proprii	333
Bibliografie	339