

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

DOCTORAT SCIENTIFIQUE DANS LE DOMAINE DE LA
PHILOLOGIE

AMÉLIE NOTHOMB OU L'ESTHÉTIQUE DE LA MODE

Thèse de doctorat

RÉSUMÉ

COORDONATOR
Prof.univ.dr. YVONNE GOGA

DOCTORAND
TEODORA-CRISTINA POPA
(Căs. CERNĂU)

CLUJ-NAPOCA
2013

À l'âge de l'extrême contemporain, nous sommes forcés de subir les caprices de la mode qui s'impose dans la diffusion de tout objet et de tout mouvement esthétique. Bien que ce sujet soit jugé méprisable, frivole et superficiel dans les milieux académiques, nous avons choisi d'adopter une posture scientifique face à la mode, pour prouver qu'elle peut avoir une place dans le monde universitaire. À travers nos recherches, nous avons découvert un univers régi par la pensée, par l'analyse et par l'esthétique. Cette thèse a l'ambition d'aborder la mode à trois niveaux : vestimentaire, comme fait de société et en tant qu'esthétique, qui nous permettraient de faire la liaison avec la littérature. Les différents visages de la mode présentés ont le but d'identifier les lignes de force dans l'évolution du concept de mode et de fournir une vision pluri-perspectiviste sur ce phénomène qui envahit toutes les sphères de la société.

Le contexte de notre recherche se retrouve dans les mots de Gilles Lipovestky qui considère que dans notre époque hypermoderne, la société a atteint un niveau d'hyperconsommation, en passant d'une 'modernité limitée' à une modernité 'achevée', qui a produit un changement de paradigme en ce qui concerne la perception de la littérature, le statut de l'écrivain, la lecture et le rôle du lecteur, les nouveaux canaux de diffusion des livres (Internet), la numérisation des textes (pdf, e-livre, livre audio) ou les moyens de promotion (Facebook, Twitter, les salons, etc.). Nous avons constaté que l'un des auteurs capables de prouver ce changement de paradigme est l'écrivain belge Amélie Nothomb.

De son vrai nom Fabienne Claire Nothomb, Amélie Nothomb est née le 13 août 1967 à Kobé, au Japon. Fille d'ambassadeur belge, elle découvre successivement le Japon, la Chine, New-York et l'Asie du Sud-Est. À partir de 1984, elle effectue des études de philologie romane à l'Université Libre de Bruxelles et consacre son mémoire à Georges Bernanos, *L'intransitif et l'intransitivité dans les romans de Bernanos*. En 1992, elle publie à 25 ans son premier roman, *Hygiène de l'assassin*, qui lui apporte le Prix René-Fallet et le Prix Alain-Fournier. Fidèle à son éditeur Albin Michel, Amélie Nothomb a produit en tout jusqu'à présent vingt romans de fiction et d'autofiction qui l'ont rendue célèbre et lue dans plus de trente-sept langues à travers le monde.

Sous l'influence de l'empire de la mode, Amélie Nothomb escalade de façon paroxystique chaque rentrée littéraire et publie au moins un roman par an. Ainsi, montre-t-elle ce changement du statut de l'écrivain soumis graduellement à un processus de « célébrification ». En tant qu'auteur marque, elle se remarque par sa graphomanie qui se traduit par une frénésie lui

permettant d'écrire chaque jour selon un horaire bien défini et de publier son rature, mais aussi par sa capacité de transformer ses romans dans des bestsellers.

Dans l'ensemble des ouvrages critiques dédiés à l'œuvre romanesque d'Amélie Nothomb, nous avons remarqué l'intérêt des chercheurs pour les questions¹ qui tiennent à l'intertextualité, à la réécriture, à la mélancolie du style, à la psychanalyse, à l'institution de la littérature, à l'autofiction, au féminisme, au Japon, etc., mais aucune monographie, étude ou article ne s'est pas axé jusqu'au présent sur la mode et ses effets sur la création littéraire. Compte tenu du fait que la mode se manifeste comme un de plus visibles symptômes des transformations d'une société à une certaine époque, nous considérons qu'une telle approche de l'œuvre d'Amélie Nothomb apporterait des informations fort intéressantes sur la société contemporaine et ses effets sur la littérature. La nouveauté de la démarche que nous nous proposons consiste donc à regarder l'œuvre nothombienne à travers une lentille interdisciplinaire et à discerner les effets de la mode vestimentaire, sociale et esthétique surpris dans ses romans.

Deux difficultés caractérisent cependant un tel projet. La première difficulté est que la plupart des ouvrages rédigés sur ce thème s'occupent de la mode vestimentaire et ignorent tous les autres domaines d'influence. Selon cette approche, la mode est dépourvue de son caractère protéiforme qui lui permet d'instaurer des dictatures du goût sur les choses matérielles et

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, « Réécrire à l'ère du soupçon insidieux : Amélie Nothomb et le récit postmoderne ». *Études 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 mêmeté 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.

immatérielles, en égale mesure. Il est indéniable pourtant que la réflexion sur la mode mène à la conclusion qu'il s'agit d'un phénomène social plus large où la convergence du goût collectif devient applicable dans toutes les sphères d'interaction, même dans celle de la littérature. Une façon de faire face à cette difficulté a été de formuler notre propre définition du concept de 'mode', ayant comme point de départ les études consultées et en ajoutant les aspects laissés de côté par les autres chercheurs.

La deuxième difficulté s'est rapportée à la bibliographie consultée. En France, le thème de la mode n'est pas accueilli chaleureusement dans le milieu académique. C'est de cette raison que nous avons ressenti la nécessité de sonder des ouvrages anglo-américains de dernière heure. En fait, c'est au sein de l'espace anglophone que la mode connaît l'approfondissement théorique le plus remarquable. Dans ce contexte scientifique particulier, la recherche sur la question de la mode est véritablement cumulative. Étant donné que ces ouvrages mentionnés n'ont pas été encore traduits en français, nous avons dû proposer nos propres traductions. Malgré le grand nombre d'ouvrages cités sur la mode, la bibliographie n'a rien d'exhaustif.

Étant donné que la mode est une notion composite qui dérive de l'art, de la vie culturelle et de la vie politique, nous n'avons pu laisser passer aucune méthode de recherche. Les méthodes que nous trouvons convenables sont l'analyse textuelle, la pragmatique littéraire et la problématique poétique, qui nous semblent appropriées à conjuguer avec la fusion des points de vue esthétique, sociologique, sémiologique, féministe, psychologique et économique. Toutes ces perspectives fusionnent dans une méthode de recherche littéraire et poétique. Notre méthode de travail veut réunir ces points de vue, parce que nous considérons qu'ils offrent l'analyse la plus détaillée et la plus pertinente du phénomène de la mode dont le succès littéraire d'Amélie Nothomb est issu en tant que bestseller.

À partir de ces considérations, nous avons structuré notre thèse en deux parties. La première propose une discussion autour de la notion assez ambiguë de mode. En fait, l'ambiguïté de la mode relève de l'absence de conceptualisation du terme, de son point d'origine qui représente un sujet controversé, et de l'inventaire riche des termes liés à la mode qui sont utilisés à défaut. Si la mode a été si difficile à cerner et à définir, c'est précisément en raison de son caractère multidimensionnel, de son ambiguïté et de la dynamique des acceptions du terme.

La mode connaît des variations, se prête à des reformulations, voire à des manipulations. Pourtant, il n'était pas possible dans cette thèse de présenter tous les usages qui ont pu être faits

de la notion de ‘mode’ dans les sciences humaines et sociales. Les perspectives féministe, esthétique, psychologique, sociologique, sémiologique et économique ont été ici privilégiées, mais d’autres disciplines recourent aussi au concept de mode². Faut de pouvoir être exhaustif, il nous a paru légitime de nous concentrer sur un certain nombre d’acquis nécessaires pour l’analyse de l’œuvre romanesque d’Amélie Nothomb.

Ensuite, nous nous sommes proposé d’esquisser les rapports qui existent entre la mode et la littérature, en commençant par la thématique de la mode exploitée par les écrivains français à travers les siècles, par l’analyse de l’institution de la littérature qui subit les influences des tendances de l’époque, et en terminant avec la reconfiguration du champ littéraire par les processus de ‘célébrification’ et *bestsellerisation* qui affectent la littérature de l’extrême contemporain.

La deuxième partie de notre thèse s’intitule « Le phénomène Amélie Nothomb », étant constituée d’une analyse détaillée de la mode à trois niveaux : vestimentaire, fait de société et esthétique. Nous devons préciser que le corpus des œuvres eues en vue pour l’analyse ne comprend pas toute la production littéraire de l’écrivain belge. Nous avons donc sélectionné la nouvelle *Sans nom* (2001), qui porte sur les dépendances dans un cadre magico-réaliste, et la pièce de théâtre *Les Combustibles* (1994), qui présente le statut menacé du livre dans la littérature. Nous nous sommes ensuite arrêtée sur dix-neuf romans³ qui illustrent par la nature du sujet les trois instances de la mode, et que nous avons classé en deux catégories : les autofictions et les fictions.

Dans la catégorie des autofictions, nous avons 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), et *Une forme de vie* (2010). La catégorie des fictions nous l’avons envisagée de point de vue thématique. Par la suite, nous nous sommes servie de l’analyse des romans *Hygiène de l’assassin* (1992), *Péplum* (1996), et *Le Voyage d’hiver* (2009) pour illustrer le thème de l’institution de la littérature qui subit les influences de la mode. L’idée des maladies en vogue a été mise en évidence dans les romans *Les Catilinaires* (1995), *Cosmétique de l’ennemi* (2001), et *Robert des noms propres* (2002), tandis que le sujet connexe des dépendances a été exploité à travers les romans *Journal d’Hirondelle* (2006), *Le Fait du prince*

² L’anthropologie, histoire, l’ethnologie, la philosophie, le marketing, ou la gestion de l’entreprise.

³ Nous avons exclu le roman *Mercurie* (1998) qui ne contient aucun aspect de la mode applicable dans notre thèse.

(2008) et *Tuer le père* (2011). Le monde de la mode peuplé de couturiers et de mannequins a été illustré dans les romans *Attentat* (1997) et *Barbe bleue* (2012). De plus, la dimension sociologique des romans d'Amélie Nothomb trouve son épanouissement extraordinaire dans les romans *Antéchrista* (2003), qui met en valeur le mécanisme d'imitation, et *Acide sulfurique* (2005), qui mise sur les goûts distinctifs qu'il relève par son sujet choquant.

Le premier chapitre de la deuxième partie de notre thèse est dédié à la mode vestimentaire. Par une approche interdisciplinaire, nous ferons une lecture plurielle des vêtements dans l'économie de l'œuvre nothombienne, tout en soulignant la contribution des recherches sémiologiques, féministes, psychologiques, esthétiques et sociologiques à la compréhension du phénomène Amélie Nothomb. À la fois, nous nous intéresserons au système des objets à la mode, au portrait du couturier et au monde des mannequins.

Ensuite, le deuxième chapitre de la deuxième partie de notre thèse porte sur la mode comme fait de société. Dans notre analyse, nous allons nous arrêter sur les tendances de la société hyper-consumériste décrites dans l'œuvre d'Amélie Nothomb, la sociologie de la mode exemplifiée, la mythologie contemporaine, les maladies en vogue et le goût du spectacle.

Le dernier chapitre s'occupe de la mode comme esthétique où nous allons aborder la problématique de la beauté et de la laideur, l'idéal de beauté féminine, le concept du bestseller, la théorie du succès littéraire et de la réception, mais aussi le profil du leader de la mode littéraire. Nous montrerons qu'Amélie Nothomb réussit à joindre la mode abstraite à celle concrète pour promouvoir une esthétique de l'écriture qui invite à la lecture en masse.

Finalement, le but de cette étude est d'analyser les effets de mode qui déterminent des métamorphoses vestimentaires, sociales et esthétiques. Dans le contexte de la création romanesque à la fin du XX^e siècle, début du XXI^e siècle, nous allons révéler le statut de l'écrivain face aux goûts du grand public, aux forces médiatiques et aux institutions littéraires, indispensables à notre époque pour la visibilité de l'œuvre. Le grand défi de la démarche sera de prouver que, par son écriture, Amélie Nothomb a imposé une esthétique de la mode qui lui a permis de devenir un véritable phénomène littéraire et social à la fois.

En adoptant une posture scientifique face à la mode, nous avons démontré dans notre thèse que les textes littéraires influencés par les effets de mode peuvent avoir des conséquences insoupçonnables sur le lectorat. La vision pluri perspective sur la mode que nous avons mise

en relation avec la littérature d'Amélie Nothomb a eu le but de prouver que la prose de notre écrivain se prête à des analyses interdisciplinaires.

Toutes les considérations exposées au cours de cette thèse soulignent le fait qu'en tant que leader de la mode littéraire, Amélie Nothomb institue une double esthétique de la mode et de l'écriture pour jouir du succès littéraire et pour devenir un bestseller à chaque rentrée littéraire. Vu le changement de paradigme du statut de l'écrivain à l'époque de l'extrême contemporain, elle tire profit du prosaïque de sa vie quotidienne pour créer une mythologie personnelle qui lui permet de subir le processus de 'célébrification'. En fait, la régularité avec laquelle l'écrivain belge publie un roman chaque automne souligne le fait qu'elle est devenue une mode véritable qui conditionne le réflexe d'achat de la nouveauté de la part du lecteur. La rentrée littéraire est semblable ainsi à un changement de collection qui surgit une fois par an.

Tributaire aux forces médiatiques, Amélie Nothomb est un auteur marque, mais elle est aussi un phénomène littéraire légitime. Selon la conception de Jacques Dubois, on peut affirmer sans réserve qu'elle a parcouru tous les étapes du processus de légitimation. Étant donné que son émergence et sa reconnaissance sont évidentes dans le champ littéraire, l'étape de consécration en tant que bonne littérature est aussi prouvée par le support d'une critique nombreuse et par les sympathisants des jurés des prix littéraires. Un dernier pas dans l'évolution d'un auteur, la canonisation ou l'entrée dans le patrimoine littéraire est rendu possible dans le cas d'Amélie Nothomb par son intégration dans des programmes, des anthologies et des manuels grâce au support de l'institution scolaire. En fait, la qualité suprême des romans nothombiens est leur lisibilité qui représente le critère ultime de réussite.

En suivant les tendances actuelles de l'écriture et en employant la mode comme thème central dans ses romans, l'écrivain belge se démarque par une production littéraire qui se prête à l'analyse détaillée sur trois niveaux : la mode vestimentaire, la mode comme fait de société et la mode comme esthétique. Pour la mode vestimentaire, nous avons recouru à une analyse systématique en fonction de différents visages de la mode (sociologie, esthétique, féminisme, psychologie, sémiologie) relevés dans la partie théorique de notre thèse, qui nous ont permis de fournir une vision pluri-perspectiviste sur les vêtements dans l'œuvre nothombienne.

La lecture plurielle de la mode vestimentaire a placé au premier plan la portée sociologique des vêtements qui montre que les personnages d'Amélie Nothomb utilisent ceux-ci pour se démarquer du groupe, ou, au contraire, pour aboutir à l'identification avec le milieu

social fréquenté. Par le code vestimentaire adopté ou rejeté, les personnages expriment leur personnalité et prouvent leur rapport avec la mode. Du point de vue sémiologique, les vêtements sont des signes visibles de l'être et des indices de la séduction qui contribuent au déroulement de l'histoire. Chez l'écrivain belge, on témoigne en fait de deux polarités sémiologiques en ce qui concerne les vêtements : d'une part, il s'agit de leur pouvoir de séduction ; d'autre part, ils confèrent un certain symbolisme aux séducteurs.

Tout en accordant une grande importance aux signes, les personnages féminins subissent les effets du mythe de la beauté. De la perspective féministe, la mode vestimentaire adoptée par les personnages féminins d'Amélie Nothomb doit être interprétée en relation avec la conviction de l'auteur conformément à laquelle la puberté est une étape clé dans la vie d'une fille qui modifie les rapports de la femme avec son corps et la perception de sa nudité. En plus, les vêtements munissent la femme post-moderne des instruments nécessaires pour composer les identités dont elle a besoin pour faire face à la tyrannie de la souplesse.

Ensuite, les vêtements prennent dans la prose de l'écrivain belge des connotations psychologiques lorsqu'ils nous indiquent le pouvoir des objets de se métamorphoser dans de vrais instruments de plaisir, de protection, de vengeance, d'exaltation, ou du jeu des masques. Porteurs de significations, les vêtements communiquent des informations sur l'état psychologique des personnages qui sont à la recherche d'un équilibre impossible à atteindre.

Étant donné que la mode peut être définie comme une esthétique de la beauté et de la métamorphose, nous avons souligné que, dans l'œuvre romanesque d'Amélie Nothomb, les portraits des personnages féminins configurent un modèle esthétique de beauté sous le signe de la minceur. Pourtant, la laideur joue, elle aussi, un rôle essentiel dans les choix vestimentaires qui produisent de la gêne et de la douleur aux sens. Ainsi l'esthétique consanguine de la beauté et de la laideur caractérise-t-elle l'œuvre romanesque d'Amélie Nothomb qui est repérable aussi au niveau de la mode vestimentaire décrite dans ses romans. Initiés au culte esthétique très tôt sur le principe dostoïevskien selon lequel seule la beauté peut sauver l'humanité, les personnages nothombiens fascinent les lecteurs par leurs visions esthétiques.

En ce qui concerne le système des objets à la mode présents dans la prose nothombienne, nous avons constaté que ces objets exercent un attrait irrésistible sur l'auteur. Son goût de la nouveauté s'exprime aussi dans le cas des accessoires de mode tels que le chapeau qui est devenu un élément métonymique pour Amélie Nothomb dans les médias. De plus, il faut

évoquer aussi les leitmotifs de la chevelure et du maquillage retrouvés dans ses romans qui révèlent la féminité de l'écrivain et son penchant pour la contemplation esthétique.

Par la suite, nous avons exploité deux images éloquentes pour démontrer que la mode vestimentaire est un fil conducteur dans la prose d'Amélie Nothomb : le portrait du couturier et le profil du mannequin. À la galerie des personnages nothombiens, nous en avons ajouté le type du dandy en variante moderne et deux types de mannequins qui incarnent en fait l'esthétique de la beauté et de la laideur développée par la romancière à tous les niveaux.

En ce qui concerne la mode comme fait total de société, nous avons observé qu'à l'époque contemporaine, la mode achevée s'infiltré dans tous les compartiments de la société et met en fonction le penchant de l'auteur pour les métamorphoses à rythme alerte. Dans notre démarche analytique, nous avons montré qu'Amélie Nothomb s'intéresse de tout près dans sa prose à la problématique des manifestations sociales de la mode. Étant donné que la mode en tant que fait de société a entièrement restructuré le corpus social, nous avons choisi de passer de la mode vestimentaire repérée dans les romans nothombiens à la mode comme phénomène plus élargi de société.

Tout en peignant cette époque de l'excès et de la consommation dans laquelle nous vivons, l'inventaire des tendances sociales décrites par Amélie Nothomb révèle une œuvre romanesque placée sous le signe de l'excès. Les engouements institutionnels que l'écrivain belge exploite pour contextualiser ses histoires sont joints à la vision exacerbée du monde qu'elle réinterprète selon sa propre logique. Il est évident donc que son œuvre a une dimension sociologique, que l'on ne peut ignorer ni au niveau thématique, ni au niveau des personnages. Influencés par les impulsions paradoxales de la mode qui poussent à la fois à la distinction et l'identification, les personnages nothombiens se divisent en deux catégories : les imitateurs qui cherchent l'intégration dans le groupe, et les élus qui agissent comme des modèles exceptionnels.

Fondatrice d'une vraie mythologie contemporaine, Amélie Nothomb se démarque par la réécriture des légendes, des contes de fée et des mythes antiques et contemporains, qui révèlent son penchant pour les métamorphoses textuelles selon son esthétique personnelle. Ancrés dans un imaginaire de masse, les mythes sont utilisés par notre écrivain pour donner sa propre vision des valeurs culturelles généralement reconnues. Mis en parallèle avec la logique de la séduction et du plaisir de la société contemporaine, le choix de ces trois mythes (de la genèse, de Zarathoustra et de Schéhérazade) se justifie par le besoin de montrer le caractère exceptionnel de

l'auteur. Le destin fabuleux d'Amélie Nothomb a donc affaire à son hypostase d'enfant dieu, à son évolution zarathoustrienne et à son esthétique fondée sur la capacité de raconter des histoires à l'infini.

Vu que la mode s'immisce dans toutes les sphères de la vie sociale, nous n'avons pas été surpris de remarquer que même les maladies subissent les effets de la mode. Dans l'esprit du suivisme et du conformisme, les personnages d'Amélie Nothomb souffrent de troubles de conduites alimentaires et des addictions les plus diverses. Considérée par la critique littéraire comme « l'éternelle affamée », l'écrivain belge construit toujours ses personnages entre deux extrêmes : l'anorexie et l'obésité, l'abstinence et le débâcle culinaire, le plaisir et la haine de soi, sans jamais trouver une voie médiane. Nous considérons que cette tendance de recherche des extrêmes est une marque propre de l'écrivain. Si, d'un côté, l'esthétique de la faim pousse l'écrivain vers la création, l'esthétique du vomissement l'empêche, de l'autre côté, de ressentir le plaisir qu'elle cherche et qui lui est indispensable.

Oscillant entre l'autocontrôle et l'irresponsabilité, donc entre l'anorexie et l'obésité, les personnages d'Amélie Nothomb se divisent en deux catégories : les anorexiques qui sont, en général, de genre féminin, et les obèses qui sont de genre masculin. Influencés par la mode du temps, ses personnages sont de véritables martyrs du mythe contemporain de la beauté, soumis à la tyrannie de la souplesse. Pourtant, le penchant de l'écrivain pour le corps asexué comme une déclaration du refus de devenir Femme semble indiquer une attitude post-féministe, des femmes sous rature. Par contre, l'obésité en tant que phénomène épidémique, représente un abandon au plaisir gastronomique qui a le pouvoir de compenser les échecs vécus.

Les multiples facettes de l'addiction (drogue, sexe, meurtre, nourriture) présentées par la romancière dans sa prose s'intègrent dans le cadre des conduites d'affirmation de soi et du besoin d'identification et sont mis en relation avec la fausse impression du confort et du bien-être fournie par la société. Vécues comme des initiations qui contribuent à la quête identitaire, ces dépendances se propagent dans le corpus social par l'imitation et représentent des stratégies d'adaptation.

Ensuite, la mode comme fait de société façonne aussi la manière dont les gens perçoivent les rapports sociaux médiatisés par des images. Nous avons remarqué que la plupart des personnages nothombiens partagent le goût du spectacle et cherchent la célébrité à l'instar de notre écrivain. À travers les scénarios poussés à l'extrême, l'auteur montre que la célébrité se

prête à la commercialisation et que le vedettariat entretenu par les forces médiatiques fait partie de notre culture contemporaine axée sur le jeu des apparences et sur le culte du paraître. Toutes les considérations exposées dans ce deuxième chapitre prouvent que l'œuvre romanesque d'Amélie Nothomb est imprégnée des manifestations sociales de la mode.

En termes d'esthétique, nous avons remarqué qu'il y a trois axes à suivre dans la production littéraire de l'auteur : l'esthétique de la beauté et de la laideur, l'esthétique du bestseller et l'esthétique de l'écriture-mode. Dans un premier temps, l'analyse de ses romans nous a révélé une véritable esthétique de la beauté et de la laideur et l'existence d'un idéal de beauté féminine. Nous avons constaté que la beauté sublime est toujours corrélée avec la laideur absolue et que la contemplation esthétique des objets, des pays, ou des histoires produit le plaisir de l'auteur.

Notre analyse des romans d'Amélie Nothomb a mis en évidence l'existence d'un idéal de beauté féminine axée sur trois éléments récurrents : le visage, la chevelure et la minceur. Les personnages sont toujours d'une beauté extraordinaire exposée soit sur un canevas tragique, soit dans le mélange avec le laid. Vu que les jugements de valeur des personnages nothombiens sur la beauté et sur la laideur n'ont rien en commun avec la perception générale, nous considérons qu'il s'agit, en effet, d'une esthétique renversée de la beauté. L'originalité de l'œuvre romanesque d'Amélie Nothomb est conférée aussi par la multitude des règles pour le bon usage de la beauté et de la laideur. Bien que ces axiomes représentent des visions exacerbées, ils partent d'un noyau de vérité interprétée selon une logique de l'excès.

En partant de la prémisse que le bestseller se définit comme livre à la mode, nous avons démontré que les institutions de la littérature subissent elles aussi l'influence de la mode. À travers son personnage Prétextat Tach, Amélie Nothomb révèle une vraie théorie du succès littéraire, qui, malgré la vision déformée, souligne l'importance de la triade auteur-texte-lecteur. Imprégnée de questions liées au statut de la littérature, les fictions nothombiennes adressent les questions de la mort de l'auteur, la réception de l'œuvre littéraire, le statut changeant du lecteur, les stratégies de promotion des maisons d'éditions, la relation de l'écrivain avec son agent littéraire, le processus d'écriture, ou le destin du livre. En fait, le but de cette problématisation paroxystique est de souligner l'effet de mode sur l'univers littéraire et les conséquences néfastes qui dérivent du suivisme aveugle de la mode. Montrant un intérêt particulier pour la réception du

texte, l'auteur en parle à maintes reprises et affirme ouvertement ses désirs de basculer l'horizon d'attente des lecteurs.

Dans la démarche analytique proposée dans le dernier chapitre, nous avons utilisé la taxonomie de Roland Barthes qui a identifié deux types de mode : une mode concrète et fonctionnelle, et une mode abstraite et métaphysique. Si, dans le cas d'Amélie Nothomb, la mode concrète a visé l'analyse de son statut d'auteur-marque, de sa qualité de bestseller depuis 1992 et de la contribution des médias à l'accélération des ventes de ses romans, la mode abstraite a misé sur la réception extraordinaire de l'auteur. En vrai leader de la mode littéraire, elle a réussi, par son talent, d'amener les gens à lire et d'inspirer un goût de la lecture parmi les jeunes lecteurs.

En s'appuyant sur une double esthétique de la mode et de l'écriture, Amélie Nothomb semble connaître tous les ingrédients nécessaires pour jouir du succès littéraire : la correspondance avec plus de deux milles lecteurs, la thérapie de l'écriture, sa graphomanie, la présence fréquente dans les mass médias, et le processus de 'célébrification' de l'écrivain. L'exploration du côté pragmatique de l'univers littéraire nous a révélé que le succès des romans d'Amélie Nothomb est dû à la maison d'éditions, à son attachée de presse et à ses apparitions médiatiques.

Grâce au mécanisme de la mode qui rend possible la convergence des goûts de lecture et le partage en ligne des préférences littéraires, Amélie Nothomb pose en vrai leader de la mode littéraire. Devenue une mode par la publication annuelle des bestsellers qui sont attendus avec impatience par ses lecteurs déjà fidélisés, l'auteur se démarque par sa capacité de faire de la lecture une tendance en masse. De plus, l'émergence d'une génération Nothomb, passionnée par la lecture témoigne du talent de l'écrivain belge d'amener les gens à croire au pouvoir de la littérature de modifier le regard. Par son esthétique de l'écriture-mode, Amélie Nothomb a réussi à recruter des lecteurs en tant que fans et à instaurer une mode de la lecture qui ne se démodera jamais.

MOTS-CLÉS

Mode, tendances, esthétique, Amélie Nothomb, bestseller, marque, célébrité, contemporanéité, mythologie, beauté.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
Première partie	
Le phénomène de la mode	9
Chapitre 1 La Mode	10
1.1. De la notion au concept	10
1.2. Terminologie de la mode	18
1.3. L'origine du phénomène de la mode	26
Chapitre 2 Les différents visages de la mode	30
2.1. Approche sémiologique de la mode	31
2.1.1. Le mythe contemporain	33
2.1.2. Les systèmes des objets et de la mode	37
2.1.3. La séduction des marques	43
2.2. Approche féministe de la mode	46
2.2.1. L'identité sous la pression du genre et des tendances	48
2.2.2. Le mythe de beauté	50
2.3. Approche psychologique de la mode	55
2.3.1. L'individu entre besoin et plaisir	57
2.3.2. Les anti-modes et les victimes de la mode	60
2.4. Approche esthétique de la mode	65
2.4.1. De la beauté	67
2.4.2. La mode comme effet esthétique	71
2.5. Approche sociologique de la mode	74
2.5.1. L'effet d'imitation et de distinction	74
2.5.2. La mode fragmentée	79
2.6. Approche économique de la mode	82
2.6.1. Mythes de la mode	85
2.6.2. Repères économiques	88
Chapitre 3 Mode et littérature	93

3.1. Les écrivains et la mode	94
3.1.1. La mode à ses débuts	95
3.1.2. La mode de cent ans	100
3.1.3. La mode ouverte	109
3.1.4. La mode achevée	114
3.1.5. La mode de l'extrême contemporain	120
3.2. L'institution littéraire	125
3.3. Le bestseller	134
3.3.1. La 'célébrification' de l'écrivain vers le branding littéraire	136
3.3.2. La marchandisation des livres et le lecteur consommériste	141
3.3.3. La maison d'éditions entre marketing et esthétique	145

Deuxième partie

Le phénomène Amélie Nothomb 149

Chapitre 1 La mode vestimentaire chez Amélie Nothomb 153

1.1. Pour une lecture plurielle des vêtements	153
1.1.1. La lecture sociologique	155
1.1.2. La lecture sémiologique	160
1.1.3. La lecture féministe	166
1.1.4. La lecture psychologique	176
1.1.5. La lecture esthétique	184
1.2. Le système des objets à la mode	191
1.3. Portrait du couturier en esthète	199
1.4. Le monde des mannequins	204

Chapitre 2 La mode comme fait de société chez Amélie Nothomb 209

2.1. Les tendances dans la société hyper-consommériste	210
2.1.1. Les engouements institutionnels	214
2.1.2. La mode de l'excès	217
2.2. La sociologie de la mode	221
2.2.1. Les imitateurs	221
2.2.2. Les élus	226

2.3. La mythologie contemporaine	231
2.3.1. Le mythe de la genèse	232
2.3.2. Le mythe de Zarathoustra	234
2.3.3. Le mythe de Schéhérazade	236
2.3.4. La logique de la séduction et du plaisir	238
2.4. Les maladies en vogue	245
2.4.1. L'esthétique de la faim et du vomissement	248
2.4.2. L'anorexie en tendances	252
2.4.3. L'obésité	257
2.4.4. Les addictions	263
2.5. Le goût du spectacle	268
2.5.1. Les enjeux de la célébrité	268
2.5.2. La quête de la téléralité	272
Chapitre 3 La mode comme esthétique chez Amélie Nothomb	277
3.1. L'esthétique de la beauté et de la laideur	278
3.1.1. La contemplation esthétique des objets	278
3.1.2. Pour une taxonomie nothombienne	282
3.1.3. L'idéal de beauté féminine	285
3.1.4. Les axiomes esthétiques	291
3.2. L'esthétique du bestseller	294
3.2.1. La théorie du succès littéraire	294
3.2.2. Questions de littérature contemporaine	300
3.2.3. La réception de l'écriture hiératique	303
3.2.4. L'écrivain, l'agent littéraire et la maison d'éditions	305
3.3. L'esthétique de l'écriture-mode	308
3.3.1. Profil du leader de la mode littéraire	308
3.3.2. La mode concrète	314
3.3.3. La mode abstraite	319
Conclusion	326
Index des noms propres	333
Bibliographie	339