

GHEORGHE GLODEANU¹, ROMÂNIA

Cuvinte cheie: mitologii, sacru, profan, carte, societate, lumea modernă, modernitate.

Mitologiile omului modern

Rezumat

Volumul *Noile mitologii* coordonat de către Jérôme Garcin pare a fi o continuare a celebrei lucrări a lui Roland Barthes, *Mitologii* (1957), dar și a *Miturilor secolului XX*, cunoscutul dicționar realizat de către Pierre Brunel. Lucrarea a apărut în 2007 la prestigioasa editură Seuil din Paris, versiunea românească văzând lumina tiparului doi ani mai târziu la Grupul Editorial Art în traducerea Monei Țepeneag. De fapt, cele trei lucrări vin să ilustreze maniera rapidă în care se metamorfozează mitologiile profane ale lumii moderne. Semnificativ se dovedește deja *Cuvântul înainte* semnat de către Jérôme Garcin, un elogiu adus reputatului critic și teoretician literar Roland Barthes.

¹ Universitatea Tehnică din Cluj Napoca, CUNBM.

Keywords: mythologies, sacred, profane, book, society, modern world, modernity.

Modern Man's Mythologies

Summary

The volume *New Mythologies*, coordinated by Jérôme Garcin, seems to be a continuation of Roland Barthes' famous work *Mythologies* (1957), as well as of *The 20th Centuries' Mythologies*, Pierre Brunel's well known dictionary, printed by the prestigious Paris publishing house *Seuil*. "Grupul Editorial Art" published the book's Romanian version in Mona Țepeneag's translation, after only two years. In fact, these three volumes come to illustrate the quick manner in which the new profane mythologies are metamorphosed. The book's *Foreword* signed by Jérôme Garcin proves already to be a eulogy of the reputed critic and literary theorist Roland Barthes.

Mitologiile omului modern

Volumul *Noile mitologii* coordonat de către Jérôme Garcin pare a fi o continuare a celebrei lucrări a lui Roland Barthes, *Mitologii* (1957), dar și a *Miturilor secolului XX*, cunoscutul dicționar realizat de către Pierre Brunel. Lucrarea a apărut în 2007 la prestigioasa editură Seuil din Paris, versiunea românească văzând lumina tiparului doi ani mai târziu la Grupul Editorial Art în traducerea Monei Țepeneag. De fapt, cele trei lucrări vin să illustreze maniera rapidă în care se metamorfozează mitologiile profane ale lumii moderne. Semnificativ se dovedește deja *Cuvântul înainte* semnat de către Jérôme Garcin, un elogiu adus reputatului critic și teoretician literar Roland Barthes. Coordonatorul lucrării își începe pledoaria vorbind de șocul produs în anii 50 de către un profesor universitar și semiolog preocupat de obiectele vieții cotidiene și de clișeele sociale. Spre uimirea tuturor, acesta se apucă să interpreteze afișele publicitare, discută diferite mărci de automobil și meditează asupra cartofilor prăjiți. Vorbește cu ironie despre „prestigiul” cărnii crude de vită, consideră automobilul un echivalent al catedralelor gotice, definește celebrul *Guide bleu* drept „un vanitos vademecum al burgheziei în vilegiatură” etc. Semioticianul analizează noile metode de comunicare și dezvăluie maniera în care mass-media reușește să influențeze opinia publică. Se discută apoi felul în care studiourile cinematografice transformă oamenii în niște zei dintr-un Olimp pictat în alb și negru, dar și modalitățile prin care reclama ajunge să guverneze conduita omului modern. Marxist influențat de ideile unor lingviști celebri precum Saussure și Hjelmslev, Barthes aspiră să descopere trăsăturile și să scoată în evidență „semnele înconjurătoare și elocvente ale celei de-a IV-a Republici a președintelui René Coty”. Aceasta în paralel cu analiza sistematică a micii burghezii pe care o consideră un mic monstru și în care dorește să lovească cu toată puterea.

Jérôme Garcin vorbește apoi despre condiția paradoxală a demersului realizat de către celebrul om de cultură. Roland Barthes reușește să mitizeze cu atâta talent ceea ce denunță încât enciclopedia sa subversivă se poate citi „cu o pașnică nostalgie”, devenind un fel de „literatură ambientală”. Deși inițial aveau puternice conotații politice, în timp, *Mitologiile* s-au transformat într-un fel de „bazar sentimental”, într-o „uimitoare adunătură de vechituri”, „un butic pentru copii”, într-un veritabil talcioc ce stă mărturie despre niște vremuri apuse. Recitind cartea lui Roland Barthes după o jumătate de veac, Jérôme Garcin se întreabă dacă autorul nu și-a propus cumva să salveze ceea ce este efemer, menit să dispară. În celebra culegere de 53 de cronici ce a marcat o întreagă generație, exegetul remarcă plăcerea textului și bucuria publicării lui. Într-o țară ce oscila între respectul pentru tradiție și dorința de modernitate, Roland Barthes face „portretul acid al societății de consum franceze, trecând în revistă mistificările sau alegoriile ei, tautologiile sau simbolurile ei reprezentative în plan economic, domestic și politic”. De fapt, moartea însăși a filosofului călcat de camioneta unei curățătorii chimice în fața celebrului Collège de France este văzută ca o răzbunare a obiectelor dezasamblate și dezaprobatate. Jérôme Garcin este de părere că,

la o jumătate de veac de la publicare, tabloul de moravuri realizat de către Barthes s-a mai împlânzit, deși nu și-a pierdut strălucirea tulburătoare, caracterul caustic și tandrețea. Aceasta deoarece reputatul semiotician nu era numai „un demistificator premonitoriu”, ci și un memorialist și un „moralist flaubertian”.

Fidel principiilor semiologice și uneori sarcastice ale marelui model, Jérôme Garcin își propune să continue demersul acestuia, cu aplicații pe bazarul (mitologia) anilor 2000. Drept consecință, mai mulți romancieri, sociologi, filosofi, istorici, neurologi, economiști și psihanaliști și-au ales câte un subiect de meditație, abordat în spiritul lui Barthes și cu umorul acestuia. În mod firesc, chiar dacă realizează radiografia acidă a unei alte epoci, recenta lucrare este considerată o prelungire firească a cărții care a inspirat-o. Între timp, societatea franceză s-a schimbat în mod radical. De la Franța lui Coty s-a ajuns la aceea a lui Sarkozy, de la franci s-a trecut la moneda euro, de la biftec și cartofi prăjiți la sushi, de la celebrul Citroën DS19 la mașinile 4x4, de la chipul „ca de ghips” al Gretei Garbo la trupul voluptuos al Emmanuellei Béart.

Având experiența cărții lui Roland Barthes, Jérôme Garcin conștientizează cât de efemere sunt miturile lumii moderne. Drept consecință, cititorii sunt sfătuiți ca, în continuarea lucrării, să își consemneze propriile lor observații în speranța că, prin 2057, copiii cititorilor de azi vor face același lucru. După modelul lui André Gide în volumul *Paludes*, cartea îi rezervă lectorului interesat câteva pagini albe în care el este sfătuit să consemneze propriile sale mitologii. Jérôme Garcin vede în aceste fragmente de discurs semiologic „o istorie inedită a Franței contemporane”, dar și un pios omagiu adus lui Roland Barthes, cel supranumit „împăratul semnelor”.

Atât prin construcție cât și prin numărul de pagini, *Noile mitologii* seamănă mai mult cu lucrarea lui Roland Barthes decât cu dicționarul coordonat de către Pierre Brunel. Spre deosebire de cele 53 de texte prezente în cartea celebrului semiotician, lucrarea îngrijită de către Jérôme Garcin reunește 57 de articole. Numeroase semnături se dovedesc extrem de prestigioase: Jérôme Garcin, Pascal Bruckner, Gilles Lipovetsky, Bernard Pivot, Georges Vigarello, Philippe Sollers, David Le Breton etc. Subiectele abordate sunt și ele semnificative, marcând noile mitologii care s-au impus în societatea franceză în ultimii 50 de ani: *Jurnalul de la ora 8, Instalatorul polonez, GPS, Companiile low cost, Noua Evă, Plasturele antifumat, Serialele, iPod, Telefonul mobil, Zidane, Sushi, Star Academy, Botox, Comerțul echitabil, Noul cântec francez, Trupul dezgolit al lui Emmanuelle Béart, Capsula Nespresso, SMS, Kate Moss, 11 septembrie 2001, 4x4, Goana după autenticitate, Wifi, Google, Căruciorul supradimensionat, Pasiunea pentru sondaje, Fumatul ucide, Fotbalul, sportul-rege, Blog, Geanta XXL, Euro, Digicodul* etc. După cum e lesne de constatat, toate sunt mituri ale existenței cotidiene și nu mituri literare. Inițial, unele texte au văzut lumina tiparului în *Le Nouvel Observateur*, într-un număr special intitulat *Nouvelles Mythologies 2007* coordonat de către Jérôme Garcin. Există și eseuri publicate în presă, dar care au apărut în volum într-o versiune revăzută și modificată de către autori. Ele au fost notate, după caz, cu un asterisc sau două. Celelalte texte sunt inedite.

În debutul cărții, Nelly Arcan vorbește despre *Speed-dating*, „un mod foarte apreciat

de a aborda celălalt sex «angro»”. Este vorba de o manieră de întâlniri concepute după modelul supermarketului. Un fel de târg, în care fiecare circulă cu scopul declarat de a-și găsi perechea. Din păcate, această modalitate de selecție distruge misterul, esențial pentru jocurile seducției. Deși concise, articolele se dovedesc incitante, acide, critice, reușind să atragă interesul cititorilor.

Pierre Assouline se ocupă de cazul *Michel Houellebecq*, considerat „un simptom în sine”. Autorul articolului trece în revistă cărțile scriitorului, succese mari și tot atâtea scandaluri răsunătoare. Întrebarea care îl frământă este cum de un autor atât de cinic și de misogin se vinde atât de bine din moment ce librăriile sunt frecventate mai ales de către femei? Pierre Assouline vede în Michel Houellebecq „un simptom ambulant, reflectarea cea mai exactă a unei anumite societăți franceze, dezorientată de criză și de epoca actuală, exaltată de tehnologie și complăcându-se într-o sexualitate mediocră”. Deși universitățile americane și finlandeze i-au consacrat niște teze ce rivalizează cu cele dedicate operei lui Alain Robbe-Grillet, autorul anticipează faptul că, în curând, opera lui Houellebecq va fi apreciată la adevărata ei valoare, și anume ca o literatură de gradul al treilea.

Cele 35 de ore reprezintă o analiză a timpului lucrat de către francezi pe săptămână. Jacques Attali pornește de la ideea că, „de secole întregi, durata muncii măsoară nivelul progresului social: cu cât o societate e mai bogată, cu atât, teoretic vorbind, se muncește mai puțin”. După ce face un istoric al problemei, eseistul privește în viitor și anticipează faptul că „va veni o zi când oamenii nu vor mai face diferența între a munci, a se juca, a învăța”. Când viața va însemna cucerirea libertății și nu reducerea constrângerilor.

Incitante și actuale se dovedesc observațiile lui Marc Augé despre *Jurnalul de la ora 8*. Exegetul vorbește despre mitul jurnalului tv, în care vede însăși povestea lumii, „o poveste fără sfârșit în care apar încontinuu aceleași personaje”. În viziunea cunoscutului antropolog, un mit nu este pur și simplu o poveste, „ci presupune existența unui univers ale cărui fundamente nu se discută”. Jurnalul tv este opera prezentatorului, care se folosește în munca sa de numeroși trimiși speciali și de reporteri. El preia funcția unui mediator între noi și lume. Acumularea de știri, fără nicio legătură între ele, duce la constituirea unei imagini globalizatoare caracteristică mitului și ideologiei.

Tot într-un limbaj mitologizant este prezentat și *GPS*-ul de către Frédéric Beigbeder. Această invenție extraordinară l-a ajutat pe omul modern, care a proclamat moartea lui Dumnezeu, să se ghideze în lume. Deși inițial rezervat doar șoferilor, GPS-ul poate fi observat și în mâna tot mai multor trecători. Aceștia primesc ordine de la vocea monocordă a aparatului, care ghidează drumul individului rătăcit în jungla de beton a cetății. Exegetul atrage atenția că satelitul nu este doar un instrument ce ne ghidează pașii, ci și un mijloc de supraveghere. Datorită GPS-ului știm mereu în ce loc ne aflăm, dar devenim și niște ținte, fiind reperabili din punct de vedere geografic. Din păcate, prin utilizarea telefonului mobil și a GPS-ului, omul de azi a pierdut nu numai plăcerea de a hoinări, ci și secretul, fiind imediat detectabil.

De mitologia lumii moderne ține și magia *Telefonului mobil*. Acesta a devenit un instrument indispensabil în existența omului de azi, care trăiește într-un ritm trepidant. Spre

deosebire de telefonul fix, cel mobil permite oricând să treci la acțiune. El a pus stăpânire pe existența individului, făcând parte din biografia lui cotidiană. Cum există oameni la care ținem și lucruri pe care le așteptăm, mobilul nu poate fi repudiat. Mai mult, el creează dependență. Deși a existat viață și înainte, unii sunt de părere că nu mai putem trăi fără el. Telefonul mobil poate provoca numeroase angoase, dar le poate și vindeca.

Existența omului modern a fost marcată și de *iPod*. După cum afirmă Angie David, acesta are o importantă funcție socială. Îndeosebi adolescenții sunt cei care îl poartă în permanență, respingând astfel lumea exterioară și efectuându-și mișcările zilnice în ritmul muzicii. El produce un refugiu în sine pentru un spirit care nu este amenințat niciodată de plictiseală. Dintre calitățile esențiale ale iPodului se menționează rapiditatea și facilitatea. Cu ajutorul lui, fiecare își construiește propria lui identitate culturală, în funcție de gust. iPodul este numit de către Angie David un obiect sacru, mitologic, chiar dacă conținutul lui e profan. Autoarea mărturisește că acesta și calculatorul sunt instrumentele la care ține cel mai mult, stând ore întregi în compania lor. Nu concepe să petreacă nicio zi fără iPod-ul ei. Muzica pe care a selectat-o o însoțește pretutindeni, putând să o împartă și cu ceilalți. iPodul este privit drept un instrument ideal pentru introverți, colecționarea muzicii fiind considerată dovada unei culturi vaste și specializate. Desigur, observațiile despre iPod s-ar putea extinde azi la o serie de obiecte cu funcții asemănătoare precum iPhone-ul sau iPad-ul.

Strâns legat de mitologia telefonului mobil se găsește și *SMS*-ul. Textul polemic este semnat de către Didier Jacob. Vorbind de amploarea pe care a luat-o noua modalitate de comunicare, eseistul menționează că „e pentru prima oară când o limbă renunță la cuvintele ei cele mai simple”. Datorită tehnologiei, omul se întoarce la condiția de Domn de Cro-Magnon, care nu utiliza o gramatică prea evaluată în exprimarea lui cotidiană. În spatele tehnoidividului, Didier Jacob identifică un puternic proces de dezumanizare. Prin prescurtările utilizate și prin concentrarea la esențe, SMS-ul este comparat cu telegrama. Este vorba de o modalitate de comunicare axată exclusiv pe eficacitate, care sacrifică stilul și gramatica, pudoarea și timiditatea. În continuare, Didier Jacob îl imaginează pe Proust butonând un telefon mobil Nokia, sacrificându-și textul încărcat de lungi paragrafe de dragul unui mesaj redus la esențe. Din fericire, nici Proust, nici Tolstoi și nici Beckett nu au cunoscut astfel de aparate și nu au fost obligați să recurgă la o asemenea modalitate de comunicare. În final, lăsând problema deschisă, eseistul se întreabă dacă e vorba cumva de o pură întâmplare.

De mitologia lumii moderne ține și recursul la *Wifi*. O demonstrează articolul semnat de Alain Mabanckou. Studiul pornește de la observația că, prin evoluția mijloacelor de comunicare, s-a ajuns la eliminarea cablurilor ce umpleau odinioară toate încăperile. Denumirea *Wireless Fidelity* reflectă în mod veridic acest proces, internetul fără fir întruchipând fidelitatea, fiabilitatea, viteza, dar și aspectul practic. În felul acesta, o serie de expresii încep să devină anacronice, reflectând o lume apusă: „a fi la celălalt capăt al firului”, „a urma firul gândurilor”, „firul apei”, „fir cu fir”, „cusut cu fir de ață albă”, „de-a fir a păr”, „a atârna de un fir”, „firul vieții”. Chiar dacă a face elogiul firului pare un lucru

depășit, acesta a reușit să salveze vieți. E suficient să ne gândim la celebrul fir al Ariadnei, care l-a ajutat pe Tezeu să se salveze după ce a ucis Minotaurul. Lumea este văzută de către exeget ca un uriaș labirint, în care firul oferea un reper sigur, ne ajuta să nu ne rătăcim. Dar dacă nu mai există fir, de unde vin informațiile?

Alain Mabanckou vorbește apoi de armata de Wifiști, de noii emigranți pentru care lumea încapă într-un laptop. Când închiriază o cameră de hotel, aceștia nu sunt interesați dacă ea are vedere la mare sau dacă patul e confortabil. Singura lor preocupare e dacă hotelul are „rețea locală fără-fir cu debit înalt”.

Articolul despre **Google** se leagă strâns de internet. Dar și de calculator. În mod paradoxal, lipsește un articol special dedicat mitologiei calculatorului, instrument care a schimbat în mod radical viața omului modern. În schimb, există acest articol închinat celui mai important motor de căutare. Jacques-Alain Miller vorbește despre metafuncția acestuia, aceea de a ști unde se află știința. Spre deosebire de Dumnezeu care rămâne învăluit în tăcere, Google răspunde imediat. Eseistul vorbește despre pericolul *google*-izării, prin care se încearcă să se pună mâna pe cele mai mici unități de informație ale fiecăruia dintre noi. Drept consecință, programul este comparat cu un veritabil „Big Brother”. Jacques-Alain Miller dezvăluie și limitele sistemului. Google știe să cifreze, dar nu să și descifreze. Drept consecință, utilizatorul trebuie să găsească sensurile pe care le caută în noianul de informații care îi sunt furnizate cu generozitate.

Tot despre condiția omului electronic vorbește și Patrick Rambaud în articolul intitulat **Blog**. În viziunea exegetului, acesta a preluat locul diapozitivelor de odinioară. Doar că fenomenul a luat o amploare mult mai mare. Oricine poate avea un blog, după cum oricine poate intra pe un blog, având astfel acces la intimitatea unor necunoscuți. Pentru Patrick Rambaud, blogul rezumă foarte bine noțiunea de om electronic. El reprezintă versiunea modernă a celor care, la Londra, se cațără în fiecare duminică dimineața pe niște cutii, la Marble Arch, ca să își strige profesiunea de credință. Diferența constă în faptul că, prin intermediul ecranului, se poate interveni în scris, realizându-se astfel o „comunicare între fantome”. O comunicare între fantome deoarece oricine poate să spună orice unor indivizi pe care nu îi cunoaște. Televiziunea a dat peste cap comportamentul uman prin reîntoarcerea la lumea sonoră și sălbatică a senzațiilor dinaintea alfabetului. La un moment dat, cinematograful a fost devorat de către televiziune și există șansa ca, în curând, la rândul ei, ea să fie devorată de internet. În era cibernetică, toată lumea spionează pe toată lumea, astfel încât, pentru un pic de liniște, trebuie să te închizi în casă. Se spune că a comunica înseamnă a-ți deschide sufletul, a te destăinui, a-ți descărca conștiința. Din păcate, corespondența, conversația, încetineala, plimbarea, tăcerea și gratuitatea actelor nu mai fac parte din arsenalul omului cibernetic. Concluzia pesimistă a lui Patrick Rambaud este aceea că „a venit vremea singurătății electronice”.

Printre ultimele invenții ale modernității se găsește și mașina **Smart**. Datorită manevrabilității ei în marile aglomerări, în mod treptat, aceasta a invadat peisajul urban. Spre deosebire de Citroënul DS 19 care, în anii 50, s-a impus imediat la rangul de mașină oficială, reprezentativă, ca o emblemă a puterii, autoturismul smart s-a afirmat încet și cu

modestie. Privit la început cu ironie, el a reușit să răzbată ca o necesitate. E ciudat că zeiței din anii 50 de care s-a ocupat Roland Barthes i se opune, în anii 2000, tocmai un automobil de dimensiuni miniaturale. Desigur, de-a lungul anilor, au existat și alte automobile-mit care meritau să fie investigate. Mărci celebre precum Ferrari, Mercedes sau Volkswagen au lansat propriile lor prototipuri mitologice. Autorii preferă, însă, să se oprească la două modele reprezentative pentru două epoci diferite. Într-o lume în care învinge, de regulă, cel mai tare, mașina smart s-a impus cu destoinicie și răbdare.

În antiteză cu rândurile dedicate automobilului de dimensiuni miniaturale se găsesc paginile despre autoturismul **4x4**. Mașinile sunt considerate de către David le Breton „locuitoarele triumfătoare ale orașelor și satelor noastre”. Mobilitatea este văzută drept un imperativ social, iar acest lucru se plătește prin folosirea mașinii. Autorul remarcă costul uman și social înspăimântător al automobilului, ceea ce dovedește faptul că progresul tehnic nu este și un progres moral. Mașina este considerată doar un instrument, oamenii fiind cei care o conduc. Din păcate, morții întruchipează prețul plătit pentru condițiile de existență. Drept urmare, s-a simțit nevoia inventării unei mașini care să îi protejeze mai bine pe șoferi și pe pasageri, o mașină care impresionează prin forța de care dispune. Automobilul de tip 4x4 le permite proprietarilor să se afișeze în mod provocator. El a devenit un mijloc de locomotie pentru aventurierii sedentari de azi porniți în cucerirea orașului. Este o întruchipare a bărbăției, o fortăreață din care șoferul privește condescendent lumea de afară.

Îndeosebi după septembrie 2001, mașina 4x4 este legată de mitologia supraviețuirii,. Nu șoferul pune în valoare autoturismul, ci invers, mașina îl pune în valoare pe șofer. Acest lucru transformă orice posesor de 4x4 într-un posibil personaj hollywoodian sau într-un bărbat ieșit din comun. Un autoturism 4x4 este considerat un fel de castel pe roți, care contrastează puternic cu formele anonime din jur. În timp ce unii se mulțumesc cu un automobil simplu, prezența lui pe străzi sau pe șosele reușește să atragă toate privirile, făcând uitat faptul că participă în mod viguros la criza energiei și la încălzirea planetei.

Interesante se dovedesc și meditațiile lui Philippe Sollers despre **Euro**. Reputatul om de cultură își aduce aminte de vechiul franc și de portretele celebre de pe bancnotele naționale de odinioară. În antiteză cu banii personalizați din trecut, monedele euro au pe ele o serie de simboluri cu caracter general. Spre deosebire de dolarul care este vorbăreț, euro este mut. Președinții americani și inscripțiile scânteietoare de pe bancnote vorbesc, amintind de secolul al XIX-lea. Pe de altă parte, euro păstrează tăcerea în privința tuturor limbilor pe care le reprezintă. Chiar dacă trecutul lui este nedefinit și are viitorul în suspensie, noua bancnotă ne aduce aminte că ne putem plimba în toate țările Uniunii Europene fără a fi nevoiți să schimbăm bani. Dacă prin dolar America își arată puterea și legea, în schimb euro simbolizează limburile. Privind în viitor, filosoful pariază pe faptul că, într-o bună zi, sub influența Chinei, euro se va transforma în eurasio.

Extrem de incitante se dovedesc opiniile lui Pascal Bruckner despre **Noua Evă**. Autorul **Noii dezordini amoroase** pornește de la ideea că, odinioară, *femeia cinstită* și *târfa* își împărțeau bine rolurile. Prima întruchipa ceea ce este corect și bun, în timp ce celei de a doua îi revenea ceea ce este vulgar și bătător la ochi. Această distincție a dispărut în zilele

noastre, când se poate întâmpla ca prostituata să se îmbrace șic și sobru, în timp ce femeia „cuminte” să dea o mulțime de bani ca să se îmbrace ca o „nerușinată”. În ultimii ani, numeroase neveste cinstite, doamne adevărate sau fete tinere bine-crescute, își dezvăluie cu nonșalanță anatomia, dându-și aere de actrițe porno. Asistăm, astfel, la triumful *ștoarfei* ce își etalează tot ce are până la exces, în paralel cu declinul bărbatului *macho*. Termenul cu conotații peiorative demonstrează că o parte din dezaprobarea față de prostituate s-a transferat asupra parodiei lor moderne. Bruckner insistă pe faptul paradoxal că, după ce și-au cucerit independența, femeile au acceptat să se transforme în astfel de obiecte erotice. În viziunea romancierului, „dictatul explicitului” echivalează cu sfârșitul intimității.

De noua mitologie urbană ține și ***Plasturele antifumat***. Timp îndelungat, dreptul de a fuma era considerat un semn al maturității. De aici plăcerea resimțită de către Boris Cyrulnik în momentul în care și-a asumat noua postură de adult, chiar dacă acest lucru se petrecea în paralel cu neplăcerile provocate de gustul tutunului. După două generații, lucrurile s-au schimbat în mod radical. Mitul fumatului a fost substituit cu cel al antifumatului întruchipat de noul plasture antifumat. Gestul elegant al brichetei care aprinde țigara s-a demonetizat. Dintr-un ritual de ospitalitate, el s-a transformat într-un act de poluare. Tabacherele și-au pierdut fascinația de odinioară și nu se mai oferă cu ocazia zilelor de naștere. În locul lor, se recomandă plasturele antifumat. Cu toate acestea, odinioară, tutunul marca apartenența la o anumită colectivitate, la un grup. În numeroase culturi – spune Boris Cyrulnik – otrava a contribuit la crearea unor evenimente extatice, în timp ce sănătatea governa existențele pașnice. Meditațiile exegetului se încheie cu următoarea întrebare: oare va trebui să descoperim cât de curând o otravă nouă pentru a relansa un mit de apartenență?

Problema toxicității fumatului revine în textul semnat de către Emmanuel Pierrat, ***Fumatul ucide***. Plasat într-un chenar negru, avertismentul seamănă cu o piatră de mormânt pe care este cioplit un epitaf. Astfel încadrat, anunțul ocupă o treime din suprafața pachetului de țigarete. În continuare, exegetul reia câteva din cele mai cunoscute sloganuri antifumat, de parcă ar ajunge o singură țigară ca să se declanșeze cea mai neagră consecință. Avertismentele vizează și femeile, viitoarele mame fiind prevenite în privința sănătății copilului pe care îl poartă în pânțe. Cu toate acestea – ne avertizează Emmanuel Pierrat – ilustratorii trebuie să își dea mai multă osteneală, deoarece nu folosește la nimic o mitologie care nu se sprijină pe o imagine. Nu degeaba anglo-saxonii preferă să își argumenteze aforismele cu fotografii ale plămânilor. Cu toate acestea, unii par să rămână impasibili la toate amenințările (mai ales nefumătorii), în timp ce alții le combat. Există și cei care fac pe indiferenții, pastișând sloganurile celebre și deturnând, astfel, semnificațiile acestora. Exegetul își încheie analiza afirmând că, pe viitor, putem să ne gândim la un slogan mai eficient precum „Fumatul pute”, în timp ce textul de pe spatele pachetului ne-ar iniția în problema gustului, precizând: „depinde de calitatea tutunului”.

De mitologia omului de azi țin și ***Serialele***. Ele sunt analizate de către Charles Dantzig. La întrebarea ce înseamnă un serial bun pentru spectatorul obișnuit, acesta răspunde: unul care nu e francezesc. În schimb, francezii apreciază producțiile

cinematografice britanice și americane. Exegetul afirmă că producătorii de la Hollywood își pun tot talentul în serialele de aventuri. Este foarte acid cu filmul *24 de ore*, considerat, în ciuda succesului de public, „serialul cu cei mai proști actori și cu cele mai ridicole dialoguri din câte ți-ai putea imagina”. Cu toate acestea, filmul se salvează prin inventivitatea situațiilor, preluând rolul romanului-foileton din secolul al XIX-lea. Deviza producției cinematografice ar putea fi „patriotism și cultură”. Dantzig vede în *24 de ore* o propagandă pentru Partidul Republican, tot așa cum *Viața la Casa Albă* reprezintă o propagandă în favoarea Partidului Democrat. Este vorba de un serial despre putere și politică, în care nu există personaje negative. Cel mai bun serial este considerat *Clanul Soprano*. Spre deosebire de *Nașul* lui Coppola care este o veritabilă operă de artă, *Clanul Soprano* devine un adevărat roman prin perspicacitatea psihologică și punctul de vedere cu totul personal. Pentru a nu depinde de un anumit post de televiziune, Dantzig ar prefera să urmărească serialul pe DVD, ceea ce i-ar permite să vizioneze mai multe episoade la rând. În ceea ce îi privește pe contemporanii săi, exegetul afirmă că literatura are mai multe șanse de a salva Franța decât politica ei externă. Din păcate, în ciuda opiniilor sale pertinente, Dantzig nu explică nevoia organică pe care o resimte omul modern pentru poveste, tradusă și în fascinația exercitată de către seriale. Nu întâmplător, în ultimii ani au apărut pe internet o serie de canale care satisfac această cerință a spectatorului de azi. De aici și fenomenul „Binging” care s-a răspândit prin intermediul serialelor de pe Netflix, HBO și a altor canale similare de pe internet și posturile tv.

Articolul despre *Sushi* vorbește despre modificările care au avut loc în gastronomie. În 1957, Roland Barthes făcea elogiul cartofilor prăjiți (semn alimentar al francității) și al biftecului în sânge. Articolul-replică dezvăluie schimbările care s-au petrecut între timp în mentalitatea populației. Preferința pentru sushi arată că „s-a renunțat definitiv la fasole, la prăjitul în untdelemn și la carnea patriotică în sânge”. Obiceiurile culinare nesănătoase de odinioară au fost substituite cu regimul drastic, insistându-se pe binefacerile noilor rețete. Peștele este bogat în omega 3, orezul este plin de vitamina B1, ghimbirul și oțetul au virtuți antiseptice, soia e plină de calciu, iar hreanul japonez wasabi preîntâmpină cariile. Consecința este că tot ținutul francității se găsește sub auspiciile rețetelor nipone, nu fripone.

Condiția *Noilor îndrăgostiți* este analizată de către Christine Fizscher. Aceasta remarcă modificările care au avut loc în maniera tinerilor de a-și exprima sentimentele. Dacă în trecut îndrăgostiții căutau intimitatea și preferau să fie „singuri pe lume”, această mentalitate s-a schimbat în mod radical. Pudicitatea a fost substituită cu exhibiționismul din parcuri și de la metrou. Spre deosebire de îndrăgostiții tradiționali care secretă în jurul lor un înveliș protector, noii îndrăgostiți copiază ceea ce le oferă revistele *people* și filmele porno. Totul ca și cum dorința reciprocă și dragostea nu ar mai fi de ajuns pentru a simți că trăiesc. Pentru a conștientiza faptul că există, aceștia au nevoie de privirile celorlalți, consecința fiind ștergerea granițelor dintre public și intimitatea dormitorului. Exegeta este de părere că trăim într-o societate exhibiționistă, care se împarte între cei care se expun și cei care privesc. În mod treptat, imaginile revărsate cu generozitate de media au reușit să pervertească și sfera fermecată a iubirii.

După Marilyn Monroe și Brigitte Bardot, o altă zeiță a ecranului este adulată de către adepții noilor mitologii. Este vorba de *Trupul dezgolit al lui Emmanuelle Béart*. Aflată în plină maturitate, la 37 de ani, aceasta este surprinsă în toată splendoarea ei de către Jérôme Garcin. Exegetul comentează o fotografie de pe coperta revistei *Elle*, pe care Emmanuelle apare ca o întruchipare a zeiței Venus ce se pregătește să facă dragoste cu elementele naturii. Ispititoare precum odinioară Brigitte Bardot, imaginea ei pare de legendă. Cu frumoasa Emmanuelle dragostea devine un lucru firesc, iar erotismul este inocent. Nimănui nu îi este rușine să o dorească din moment ce ea pare fericită să fie dorită.

O altă întruchipare a frumuseții este fotomodelul și manechinul britanic *Kate Moss*. Ea este femeia care se vede, este o imagine pe care o cunoaște toată lumea, dar care nu vorbește. În mod paradoxal, acest nou Sfinx a devenit o întruchipare a lumii moderne fără să se exprime în public. Frumusețe mută și rebelă, putred de bogată, ea este considerată o creatură-ecran, o expresie a paradoxului dorinței mimetice. Ea este o Galatee de tabloid, eroina unei saga fără cuvinte. Kate Moss este asemănată cu un idol de film mut, care a făcut din actele sale o tipografie a tăcerii.

Capsula Nespresso a reușit să atragă atenția și să schimbe în mod radical obiceiurile noastre. Dacă înainte cafeaua era destul de ieftină și ușor de preparat, noua invenție înseamnă altceva: conține o monodoză jetabilă și nereciclabilă, este scumpă, nu este compatibilă cu celelalte cafetiere, fiind promovată insistent de reclamele agasante. Acest drog legal produce o dependență maximă, iar consumul lui răsplătește eforturile depuse cu aprovizionarea.

Din mitologia omului modern nu putea să lipsească nici *Fotbalul, sportul-rege*. Drept consecință, un articol îi este dedicat jucătorului francez emblematic Zinedine Zidane (devenit între timp un antrenor prestigios), în timp ce altul vizează fotbalul în general. Un sport jucat mai mult cu picioarele decât cu mintea, motiv pentru care este desconsiderat de către intelectuali. A fost, însă, suficient ca Zidane să marcheze două goluri cu capul în poarta Braziliei la Campionatul Mondial de Fotbal din 1998 pentru ca această prejudecată să se risipească. Fotbalul – afirmă Emmanuel Pierrat – a avut de pățimit în ochii elitelor din cauza caracterului său universal, a simplității regulilor și a popularității sociale zgomotoase, care îl încadrau în subprodusele populismului. Faptul că, în tinerețe, scriitori precum Nabokov, Montherlant sau Camus au jucat fotbal nu are nicio importanță. În mintea unor persoane exigente, acest sport jucat numai cu picioarele nu se potrivea cu gustul pentru lucrurile spirituale. A trebuit să apară un jucător de talia lui Michel Platini care să dovedească faptul că „inteligenta dă distincție picioarelor și magie balonului”. Nici titlul de campioană a Europei cucerit de echipa Franței în 1984 nu a fost în măsură să amuțească vocea denigratorilor. Abia titlul mondial dobândit de echipa lui Zidane în 1998 a reușit să schimbe lucrurile. Chiar dacă fotbalul de azi a devenit mai controversat decât oricând (afacerism, manevre, spectatori violenți, rasism etc.), el – constată Emmanuel Pierrat – nu mai este contestat ca activitate sportivă și culturală. Chiar dacă adesea e criticat, el nu mai este nici ignorat, nici disprețuit. Intelectualii îl iau în serios, deoarece a devenit o veritabilă desfătare, generând dezbateri, interviuri, articole. E suficient să ne gândim la polemicile iscate de

celebra lovitură de cap a lui Zidane în pieptul lui Marco Materazzi în finala Campionatului Mondial din 2006.

Deși nu a cucerit prestigiul *Mitologiilor* lui Roland Barthes, culegerea realizată de către Jérôme Garcin reușește să atragă atenția asupra modificărilor petrecute în societatea franceză după o jumătate de veac. Sub acest aspect, *Noile mitologii* ce guvernează existența omului modern se dovedesc semnificative.