

Svetlana KRYLOSOVA  
INaLCO-Langues'O, CREE/CRREA, Paris, France

## ATTRAIT DE LA NOUVEAUTÉ ET DU LUXE : NÉOLOGISMES CHROMATIQUES DANS LA PRESSE FÉMININE RUSSE CONTEMPORAINE

**0. Choix du champ linguistique.** Pour la présente recherche sur les néologismes chromatiques en russe contemporain, nous avons décidé d'explorer un champ linguistique particulier, celui de la mode vestimentaire. Le choix de ce champ est conditionné avant tout par son caractère évolutif et novateur : « les objets et les formes compris dans le domaine de la mode sont soumis plus peut-être qu'aucun autre élément de *realia* à de perpétuels et prompts changements provoquant à leur tour des changements correspondants dans les termes qui désignent les choses » [1]. Les magazines de mode notent régulièrement et minutieusement ces changements et, pour cette raison, constituent pour nous une opportunité précieuse d'observation du renouvellement intérieur du langage, « saisi dans sa spontanéité et noté dans les phases successives de son développement » [2].

Les rédacteurs de ces magazines, soucieux des phénomènes de mode et désireux de toucher un large public, utilisent non seulement le vocabulaire très contemporain et représentatif de notre époque et de notre culture, mais aussi un vocabulaire positif, valorisé, car la fonction informative des textes de mode est étroitement liée à la fonction évaluative : le locuteur / rédacteur des textes de mode cherche à décrire comme inédites les nouvelles offres et à partager avec le destinataire / lecteur (et éventuel consommateur) son évaluation (positive) des faits [3]. Chaque objet, chaque forme, chaque couleur sont présentés dans ces textes comme étant à la mode.

En effet, la couleur (aussi bien sa représentation visuelle que lexicographique) constitue un paramètre non négligeable dans ce discours « non seulement par sa faculté d'être perméable à des arguments relevant de la séduction, mais surtout par ce qu'elle évoque, suggère, valorise l'objet en situation de commercialisation » [4]. Le langage de la mode exige le renouvellement constant des termes chromatiques car les moyens expressifs s'usent vite et perdent leur fraîcheur et leur efficacité avec le temps. C'est la raison pour laquelle dans les grands magazines de mode, la liste de ces termes chromatiques est revue chaque saison. Ainsi, les textes de mode représentent une source active de nouveaux modèles de termes chromatiques qui reflètent le langage du moment et qui sont déterminés par des facteurs extra-linguistiques, culturels.

Afin d'avoir une vision générale du domaine choisi, nous avons étudié des sources de natures différentes de ces dix dernières années : magazines de mode, magazines féminins, magazines dits de « shopping », catalogues de vente par correspondance, journaux proposant des reportages sur les défilés de mode, sites Internet. Dans le présent article, tous ces textes seront appelés « textes de mode ». Nous nous sommes volontairement limités au domaine du vêtement, des chaussures et des accessoires unis. La nomenclature relevée dans ces textes ne

saurait être exhaustive même si elle est relativement riche : en tout, nous avons recensé près de deux milles termes chromatiques différents dont les néologismes constituent une part importante.

Au travers de ces textes, nous nous interrogerons avant tout sur les mécanismes et les causes d'apparition des néologismes chromatiques dans les textes étudiés, en traçant quelques parallèles historiques (cf. I), nous évoquerons ensuite les nouveaux emprunts chromatiques en russe contemporain (cf. II) et enfin, nous parlerons des néologismes de sens, de nouvelles métaphores chromatiques apparues en russe au cours de ces dix dernières années (cf. III).

### **I. Mécanismes et causes d'apparition des néologismes chromatiques.**

Depuis les années 1990, nous pouvons observer l'apparition dans les pages de la presse russe (et des magazines féminins en particulier) d'un nombre important de nouveaux termes chromatiques (souvent créés dans un but publicitaire). Les premiers néologismes colorés sont apparus en nombre dans des éditions traduites de l'anglais, du français ou de l'allemand (*Cosmopolitan, Trois Suisses, Elle, Burda Moden*). L'utilisation parfois excessive de termes de couleurs qui n'ont pas été adaptés à la mentalité russe a provoqué l'inquiétude de certains linguistes : « Malheureusement, beaucoup de spécialistes [...] ignorent le fait que les associations [chromatiques - S.K.] des anglophones se distinguent sensiblement des associations du consommateur russe (*rose Barbie, corrida, Hollywood* ne sont probablement pas perçues de la même façon par les Américains et par les russophones) [...] L'admiration traditionnelle russe devant « l'étranger » reste en vigueur » [5].

Pourtant, le phénomène du renouvellement si actif du vocabulaire chromatique dans le domaine de la mode a déjà été observé dans l'histoire de la langue russe. Toute une vague de nouvelles dénominations des couleurs est apparue en russe à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et pendant la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Ceci était directement lié à l'influence politique et économique de la France. La mode a joué un rôle décisif dans ce processus. En effet, la société russe suivait au pied de la lettre la mode française mais le vocabulaire chromatique russe ne suffisait plus. L'utilisation de calques (*цвет бедра испуганной нимфы / tsvet bedra ispiugannoï nimfy* 'cuisse de nymphe émue'), de translittérations (*первани / pervanch* [6], *сомо / somo*) et même l'emploi de vocables originaux français dans les pages de magazines de mode étaient devenus habituels. Non seulement les couleurs devenaient à la mode mais également les mots qui les désignaient [7].

Après la chute de l'empire napoléonien, l'influence de la culture française est devenue beaucoup plus faible. Et c'est ainsi que toute une couche d'emprunts (surtout les dénominations de couleurs créées dans un but publicitaire) est tombée en désuétude. Une partie de ces dénominations s'utilisait encore dans les magazines de mode, mais les derniers termes chromatiques « publicitaires » ont disparu du langage avec les derniers vêtements « d'avant la révolution » [8]. Il est intéressant de noter entre parenthèses que certains de ces termes ont attendu près de cent ans pour faire leur retour dans les pages des magazines de mode russe à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle.

Pendant la période soviétique, les dénominations des couleurs dans la mode ne se distinguaient pas par leur diversité. Nous pouvons supposer que ce phénomène était lié à l'absence de publicité, de choix (aussi bien dans le domaine vestimentaire que dans celui de la presse), mais également aux stéréotypes vestimentaires

soviétiques. « L'esthétique unifiée comprenait et le code de comportement en public et la notion décent / indécent et la vision normative de la beauté » [9]. Parmi les couleurs dominantes dans les vêtements de l'époque, les spécialistes citent le gris, le brun, le bleu foncé et le rouge foncé. Le rouge officiel était probablement la seule couleur vive admise [10]. Le jaune et l'orange vifs, pratiquement absents, étaient associés avec l'Occident et étaient de « mauvais goût », comme tous les autres coloris plus ou moins voyants.

Tous ces phénomènes sociaux se sont évidemment reflétés sur le choix des moyens lexicaux. Il y a encore vingt ans, les magazines féminins officiels ne laissaient pas beaucoup de place aux néologismes (*Крестьянка / Krest'ianka* 'Paysanne', *Работница / Rabotnitsa* 'Travailleuse', *Модели сезона / Modeli sezona* 'Modèles de la saison'). Les constructions chromatiques les plus souvent utilisées étaient :

- 1) des adjectifs simples désignant les couleurs de base *красный* 'rouge', *белый* 'blanc', *голубой / goluboi* 'bleu', etc. ;
- 2) des adjectifs composés formés d'après le modèle mot modificateur + couleur de base (*тёмно-зелёный / temno-zelenyi* 'vert foncé', *нежно-розовый / nejno-rozovyi* 'rose tendre') ;
- 3) des adjectifs composés formés d'après le modèle adj. de couleur + adj. de couleur (*серо-голубой / sero-goluboi* 'gris bleu') [11].

La situation a radicalement changé à la fin du XX<sup>e</sup> siècle. Dans les années 1990, l'arsenal des moyens lexicaux chromatiques s'est sensiblement élargi. L'une des principales causes de ce processus est probablement l'émergence de nouvelles relations économiques qui a engendré :

- 1) le besoin de publicité et donc la création du langage publicitaire dans lequel le nom de la couleur joue un rôle non négligeable : « Aujourd'hui, la couleur devient une marchandise difficile à vendre sans emballage. Et l'emballage de la couleur c'est son nom. Le mot bien choisi peut devenir plus efficace que la couleur de la marchandise et même que sa qualité » [12] ;
- 2) l'abondance de marchandises étrangères sur le marché russe. Ces marchandises (vêtements, lingerie, produits de beauté, meubles, voitures, etc.) sont généralement exportées avec leur « étiquette chromatique ». Ces dénominations, parfois trop exotiques pour le consommateur russe, servent néanmoins de modèle pour la création de nouveaux vocables ;
- 3) l'apparition de nouveaux magazines de mode et de nouveaux magazines féminins, y compris des magazines traduits des langues étrangères ou créés d'après les modèles étrangers (américains, français). Ces magazines sont des fournisseurs très actifs d'un nombre considérable de nouveaux modèles chromatiques. Notons également le début du développement de la vente par correspondance et de la vente sur Internet ;
- 4) l'évolution des goûts vestimentaires. Après la gamme de gris - brun de la période soviétique, les Russes ont adopté toute la palette des couleurs « occidentales » même s'ils conservent une partie de leurs traditions vestimentaires [13].

Les changements intérieurs de la langue russe et, notamment, la libéralisation du langage de la presse représentent une autre cause de l'apparition d'un nombre important de nouveaux modèles chromatiques. Les structures morphologiques et syntaxiques qui ne correspondent pas toujours aux normes du russe littéraire ainsi

que les emprunts apparaissent aujourd'hui plus facilement dans les pages des journaux et des magazines [14]. Or, le domaine de la mode étant ouvert à tous les changements, il favorise le développement de ces phénomènes.

Le volume de cet article ne permettant pas d'analyser tous les types de néologismes chromatiques rencontrés dans notre matériel, nous avons choisi d'évoquer deux types : les emprunts directs et les néologismes de sens (les nouvelles métaphores chromatiques). Nous ne parlerons pas ici des néologismes colorés formés par dérivation (*ультрарозовый* / *ultrarozovyï* 'ultrarose'), ni de nouvelles structures syntaxiques (*цвет баклажан* / *tsvet baklajan* 'couleur aubergine').

**II. Emprunts chromatiques directs.** C'est, sans aucun doute, la langue anglaise qui est aujourd'hui le fournisseur le plus actif de néologismes en russe. Le nombre d'américanismes et d'anglicismes utilisés dans les textes de mode est assez important. Ce processus touche, bien sûr, le vocabulaire chromatique même si cela représente moins de cinq pour cent de notre matériel.

La plupart des emprunts de l'anglais correspondent à une translittération ou à une transcription des vocables chromatiques anglais : *айвори* / *aïvori* angl. 'ivory' *бургунди* / *burgundi* angl. 'burgundy' *стоун* / *stoun* angl. 'stone', *сильвер* / *sil'ver* angl. 'silver' etc.

Il semble important de noter que presque tous ces anglicismes (à l'exception des termes comme *стоун вош* / *stoun voch*, angl. 'stone washed' désignant la couleur des jeans [15]) ont des équivalents dans le vocabulaire chromatique russe. Voici quelques exemples :

<i>айвори</i> / <i>aïvori</i>	→ <i>цвет слоновой кости</i> / <i>tsvet slonovoï kosti</i>	'ivoire'
<i>самел</i> et <i>кемэл</i> / <i>kemel</i> [16]	→ <i>цвет верблюжьей шерсти</i> / <i>tsvet verbluj'iei'</i> <i>chersti</i>	'chameau'
<i>милитари</i> / <i>militari</i>	→ <i>защитный</i> / <i>zachtchitnyï</i>	'kaki'
<i>пинк</i> / <i>pink</i>	→ <i>розовый</i> / <i>rozovyï</i>	'rose'
<i>эмеральд</i> / <i>emeral'd</i>	→ <i>изумрудный</i> / <i>izumrudnyï</i>	'émeraude'

Nous pouvons voir que, dans certains cas, à un mot anglais correspond un groupe de mots en russe. Mais, plus que le désir d'utiliser un mot emprunté au lieu d'une tournure descriptive, les rédacteurs de textes de mode recherchent probablement l'originalité. On constate que les termes russes doublés par les mots anglais sont, en général, attestés par les dictionnaires, normalisés, tandis que les anglicismes sont plus frais, plus attirants.

En même temps, on note que, parfois, un emprunt anglais n'occupe pas toute « la niche » de la dénomination russe. Ainsi, les nuances nommées par le mot *пинк* / *pink* ne correspondent pas tout à fait à celles désignées par l'adjectif *розовый* / *rozovyï* 'rose'. Selon les sources, cela peut être 'rose clair' ou 'rose vif' mais, dans tous les cas, il ne s'agit que d'une nuance de rose. La différence peut toucher également le domaine d'emploi des termes russes et des emprunts. Ainsi, il semblerait que *эмеральд* / *emeral'd* s'utilise surtout dans une section particulière de la mode, celle des robes pour les danses classiques (tandis que *изумрудный* / *izumrudnyï* 'émeraude' peut s'appliquer à n'importe quel type de vêtements, de chaussures, d'accessoires). L'emprunt *айвори* / *aïvori* 'ivoire' s'utilise principalement quand il s'agit de la couleur de robe de la mariée.

Quoi qu'il en soit, on peut de toute évidence parler d'un certain prestige social supérieur du mot étranger par rapport au mot russe (ou par rapport au mot emprunté plus tôt et russifié). En effet, dans les textes étudiés, les unités chromatiques étrangères forment très souvent des syntagmes avec les adjectifs *аристократический* / *aristokratitcheskii* 'aristocratique', *благородный* / *blagorodnyi* 'noble', *редкий* / *redkii* 'rare', *стильный* / *stil'nyi* 'de style', *элегантный* / *èlegantnyi* 'élégant', *модный* / *modnyi* 'à la mode'. Le mot qui, dans la langue-source nomme ou caractérise un objet ordinaire, peut, dans la langue d'accueil, s'appliquer à un objet plus significatif, plus prestigieux. C'est une sorte de promotion de grade [17] du mot étranger. Dans l'exemple (1) qui suit, le mot *стоун* / *stoun* angl. 'stone' (qui est souvent utilisé en anglais pour désigner une teinte de jeans) nomme curieusement « une nuance aristocratique » de chez Hermès :

(1) Французский дом Hermès как всегда в своём репертуаре. Он предлагает в основном тёмные аристократические тона. От цвета "стоун" (цвет камня) до чёрного » (<http://modnaya.ru>, mars 2004).

'La maison française Hermès est comme d'habitude restée fidèle à elle-même. Elle propose principalement des teintes aristocratiques foncées. En commençant par la teinte « *stone* » (couleur de pierre) jusqu'au *noir*'.

L'exemple (2), pris sur Internet parmi les annonces d'objets à vendre, témoigne également en faveur de notre hypothèse sur les emprunts chromatiques connotant le chic et l'élégance. En utilisant l'anglicisme *aiвори* [18] pour décrire la couleur d'une robe de mariée, l'auteur de l'annonce nous fait comprendre qu'il s'agit d'une couleur élégante, raffinée, aristocratique (probablement plus élégante et raffinée que la couleur désignée par le terme russe correspondant *tsvet slonovoi kosti* [19]) :

(2) Продаю элегантное свадебное платье. Элегантное, без рюшек и оборок, не "баба на самоваре", цвет айвори (по-другому, «шампань»), р. 44-46 (<http://forum.linens.ru>, janvier 2005).

Vends une robe de mariée élégante. Élégante, sans ruches ni froufrous, pas du genre meringue, couleur *aiвори* (autrement dit, « champagne »), taille 44-46 (40-42) [20].

Ces deux exemples illustrent très bien un autre point intéressant : les anglicismes chromatiques dans les textes de mode sont souvent accompagnés d'une traduction, d'une explication. Et cela paraît nécessaire à la compréhension du lecteur.

En effet, en interrogeant 130 informateurs russes, nous avons constaté que, hors contexte, les « porteurs naïfs » de la langue russe éprouvent des difficultés pour décrire la teinte désignée par le terme *aiвори* / *aiвори* [21]. On note également que *aiвори* / *aiвори* n'est pas attesté par les dictionnaires généraux russes [22]. Ainsi, les rédacteurs des textes de mode, qui utilisent l'anglicisme *aiвори* / *aiвори* comme argument en faveur de l'élégance, supposent probablement que leurs lecteurs potentiels peuvent ne pas comprendre ce terme et ils se sentent contraints de le « traduire ». Ce cas de « traduction » se rencontre habituellement pendant la période d'entrée d'un élément étranger dans le langage [23] et correspond à une des tendances caractéristiques du processus de l'emprunt quel que soit le domaine [24]. De plus, l'exemple (2) nous permet d'observer un phénomène assez curieux, courant en russe contemporain : un mot étranger (*aiвори* / *aiвори*) est « traduit » par

un autre mot étranger, plus familier pour le locuteur (transcription du français *шампань / шампан'*) [25].

Ainsi, nous avons pu constater que le vocabulaire spécialisé de la mode étant ouvert à toutes les nouveautés, il accepte facilement les emprunts. Pourtant, les langues étrangères sont loin d'être la source principale des néologismes chromatiques employés dans le domaine étudié pendant les dix dernières années. La majorité de notre matériel est constitué de nouvelles métaphores chromatiques.

**III. Néologismes chromatiques de sens.** Il s'agit des mots et des groupes de mots qui existaient dans le vocabulaire russe mais qui, sous l'influence des facteurs mentionnés ci-dessus (cf.I), n'ont commencé à être employés en tant que termes de couleur qu'à la fin du XX<sup>ème</sup> – début du XXI<sup>ème</sup> siècle. Bien sûr, en soi ce phénomène (lorsque le nom de couleur est donné par analogie au référent matériel du monde qui nous entoure) n'est pas nouveau : il existe dans le fond usuel du russe un certain nombre de dénominations de couleur créées métaphoriquement. Sur les 110 termes de couleur le plus souvent utilisés en russe contemporain [26], 83 ont des référents matériels avec lesquels le lien est toujours perçu à l'étape actuelle du développement de la langue [27]). Le plus souvent ce sont des adjectifs (*pesotchnyi* 'sable', *kirpichnyi* 'brique', *persikovyi* 'pêche'), mais il y également quelques syntagmes (*tsveta kofe s molokom* 'couleur du café au lait', *tsvet morskoi volny* 'couleur de la vague marine').

Seulement, dans les textes de mode que nous avons explorés pour cet article, ces termes référentiels sont beaucoup plus nombreux : nous avons réussi à relever plus de mille termes référentiels différents. Voici quelques exemples :

réfèrent	exemple	traduction
nature « inanimée »	<i>karel'skii tuman</i>	'brouillard de Carélie'
flore	<i>avocado</i>	'avocat'
faune	<i>omarovo-krasnyi</i>	'rouge homard'
métaux	<i>rasplavlennoe zoloto</i>	'or fondu'
minéraux	<i>tsvet rozovogo mramora</i>	'couleur de marbre rose'
produits fabriqués	<i>sigarnyi</i>	'cigare'
alimentation	<i>tsvet imbirnogo priianika</i>	'couleur de pain d'épice au gingembre'
professions, fonctions	<i>tsvet admiral</i>	'couleur amiral'
toponymes	<i>tsvet osennei Nevy</i>	'couleur de la Neva automnale'
anthroponymes	<i>titsianovskii krasnyi</i>	'rouge Titien'
termes « abstraites »	<i>tsvet goluboi metchty</i>	'couleur du rêve bleu'

La quantité impressionnante de néologismes s'explique en partie par le fait que certaines de ces dénominations ne sont utilisées dans notre matériel qu'une seule fois, les rédacteurs des textes analysés créant sans cesse un réseau très étendu de synonymes chromatiques (y a-t-il vraiment une différence entre les nuances désignées par les termes *кофе с каплей ликёра / kofe s kaplei likëra* 'café avec une goutte de liqueur', *кофе с коньяком / kofe s kon'iakom* 'café au cognac', *горячий кофе / goriatchi kofe* 'café chaud', *обжигающий кофе / objigaiuchtchii kofe* 'café brûlant', *эспрессо / ekspresso* 'expresso' et *чёрная карта / tchërnaia karta* 'Carte Noire'?). Cette abondance et l'ambiguïté et l'ambivalence fréquentes des termes étudiés

nous amène à nous interroger sur le véritable rôle de ces néologismes chromatiques dans les textes de mode qui, malgré leur imprécision, continuent à se multiplier. Servent-ils vraiment à désigner uniquement une nuance concrète ou plutôt à valoriser le vêtement, à nous faire rêver, à séduire [28] ?

Nous avons donc affaire à un matériel, certes, riche, mais extrêmement éphémère. Pourtant, ces mots et syntagmes, dont la plupart ne seront sans doute jamais lexicalisés, semblent être représentatifs de notre société, de notre culture. Ainsi, les termes évoquant le café cités plus haut (et nous n'avons cité qu'une petite partie de ces dénominations !) illustre très bien la nouvelle passion des Russes (nation de thé par excellence) pour le café [29].

Les exemples de ces termes reflétant de nouveaux *realia* et révélateurs de l'époque et de la société russe contemporaine sont relativement nombreux (cf. par exemple *цвет кока-колы* / *tsvet koka-koly* 'couleur de coca-cola', *долларовый отлив* / *dollarovyi otliv* 'chatoiement du dollar'). Mais il y a d'autres néologismes, moins dans l'air du temps, provoquant des associations plus profondes. On pourrait les réunir sous un thème souvenirs d'enfance. Il existe, par exemple, dans notre matériel, toute une série de termes russes faisant référence à l'orange du Maroc. Les dénominations comme *цвет (спелых) марокканских апельсинов* / *tsvet (spelykh) marokkanskih apel'sinov* 'couleur des oranges (mûres) du Maroc' évoquent sans doute les goûts, les odeurs et les couleurs de l'enfance, tout particulièrement pour ceux qui l'ont passée en Union Soviétique. En effet, durant cette période, les produits alimentaires ne se distinguaient pas par leur diversité et ces oranges, avec leur petite étiquette noire « Maroc », représentaient un événement, tant pour les enfants que pour les adultes [30]. Seuls les porteurs d'une culture donnée peuvent ressentir les multiples facettes de ces termes valorisants, rassurants. Citons encore quelques exemples de termes de ce genre qui sont très parlant aux Russes et qui peuvent rester « fermés » pour les représentants d'autres cultures (voire même pour les dernières générations de Russes) : *вино из одуванчиков* / *vino iz oduvantohikov* 'vin de pissenlit', *лукрвий вар* / *lukovyi var* 'bouillon de pelure d'oignon', *цвет корочки на топленном молоке* / *tsvet korotchki na toplennom moloke* 'couleur de la croûte sur le lait cuit au four', *вареная сгущенная* / *varënaia sguchtchënka* 'lait condensé cuit', etc.

Ainsi, on voit très bien que malgré le caractère international de la mode, la mondialisation de la presse « féminine », le choix des référents des néologismes colorés reste souvent conditionné par des préférences nationales.

**IV. Conclusion.** Il faut dire que lorsque nous avons entamé notre recherche, nous partions dans l'idée de trouver un nombre beaucoup plus important d'emprunts et de structures ayant subi une forte influence des modèles étrangers aussi bien au niveau de la structure qu'au niveau des référents utilisés.

Et nous avons nous-même été étonnés de voir à quel point la plupart des termes utilisés dans la presse russe contemporaine étaient originaux et correspondaient tout à fait au système de la langue russe. Le choix des référents de la majorité de nos termes reflète les particularités de la culture russe et correspond à l'attente du lecteur potentiel des magazines de mode. Il semble que la période des emprunts sous forme de calques « aveugles » soit passée. En tout cas, c'est la constatation que nous pouvons faire aujourd'hui pour le vocabulaire chromatique de notre domaine particulier. Il existe dans le vocabulaire chromatique russe un certain nombre d'emprunts et c'est un phénomène normal, surtout pour le domaine étudié. Ces

emprunts, anglais aujourd'hui, français hier, apportent un certain « chic ». On peut supposer que beaucoup d'entre eux vont prochainement tomber dans l'oubli, d'autres feront peut-être partie du standard littéraire russe car, et nous avons déjà eu l'occasion de l'évoquer dans certaines de nos publications concernant d'autres domaines [31], la langue étant un système « autonettoyant », elle ne garde dans son fond usuel qu'un nombre assez restreint de néologismes qui servent à enrichir le vocabulaire. Toutes les nouveautés ne sont pas des déformations, certaines d'entre elles deviennent normatives et perfectionnent la langue elle-même [32].

Pour terminer cet article qui se veut une ouverture vers les possibilités de recherches futures, il nous semble judicieux de citer la lexicographe française Danielle Bouverot : « ... les commentateurs des modes portent [...] au langage une attention qui se perpétue de siècle en siècle. L'amour des mots va de pair avec l'attrait de la nouveauté et du luxe. La rhétorique varie à l'infini des mots superflus, mais elle en crée aussi d'utiles : qui pourrait distinguer le fondamental de l'ornemental ? » [33].

#### NOTES

[1] A.J. Greimas, *La Mode en 1830. Essai de description du vocabulaire vestimentaire d'après les journaux de mode de l'époque*. Thèse pour le Doctorat ès lettres présentée à la Faculté des lettres de l'Université de Paris, 1948, in Greimas A.J., 2000, p. 6.

[2] *Idem*, p. 6.

[3] Cf. Stoeva-Holm D., 1996, p. 14.

[4] Fagot Ph. et Mollard-Desfour A., 1993, p. 286.

[5] Vasilevitch A.P., et al., 2001. Voir aussi Chumarina M.R., 1999, p. 217

[6] Pour transcrire les caractères cyrilliques en caractères latins, au lieu d'employer les caractères diacrités de la translittération savante internationale, nous avons préféré adopter un système présentant l'avantage de faciliter la lecture de notre article, tout en étant suffisamment rigoureux (ж = j, њ = ĭ, х = kh, ц = ts, ч = tch, ш = ch, щ = chtch, ь = ' , ы = y).

[7] Au début du XIX<sup>e</sup> siècle, certains termes chromatiques empruntés au français se sont retrouvés mêlés à la polémique littéraire connue sous le nom de débat sur « le nouveau et l'ancien style ». Cette polémique a divisé les intellectuels russes en deux partis : les « archaïstes » (partisans de A.S. Chichkov) et les « karamzinistes » (partisans de N.M. Karamzine). En répondant à la critique sur sa position archaïque publiée dans les pages du magazine *Московский Меркурий / Moskovskii Merkurii*, l'amiral Chichkov écrit : « Les Français vont peindre les tissus et vont leur donner des noms comme merdua [merde d'oie], bu-de-pari [boue de Paris], etc... Comment ! Et tout cela doit bouleverser notre langue ! » (Chichkov A.S., 1804, pp. 114-115). Voir Lotman Iu.M., 2002, pp. 471-475 ; Breuillard J., 1994, pp. 833-837.

[8] Voir Bakhilina N.B., 1975; Granovskaïa L.S., 1964; Kirsanova R.M., 1995; Krylosova S., 2005b ; Krylosova S., 2006; Vassilevitch A.P. et al., *op. cit.*

[9] Vanchteïn O.B., 2000, p. 31.

[10] *Idem*.

[11] Voir également Chumarina M.R., *op.cit.*, pp. 217-218.

[12] Vasilevitch A.P., et al. *op. cit.*, 2001.

[13] Cf. Kilochenko M.I., 2001, pp. 127-128.

[14] Voir par exemple, Kostomarov V.G., 1999; Valgina N.S., 2001.

[15] Voir l'analyse de ces termes in Krylosova S., 2005a, pp. 237-240.

[16] Dans les textes de mode russes, on utilise aussi bien la transcription кемэл que la transplantation *camel*. En général, les cas de transplantations (quand le mot étranger entre en russe en gardant la forme graphique et orthographique de l'original) de termes chromatiques anglais sont assez nombreux dans notre matériel (par exemple, les mots *camel, chili, navy, pink*, les syntagmes *deep blue, gold wiski, hot pink*). L'utilisation de transplantations

témoigne de l'absence complète d'assimilation (ou alors d'une assimilation à un degré très faible) du mot étranger par la langue russe mais, en même temps, c'est par l'utilisation d'un « transplant » (ou d'un barbarisme dans d'autres terminologies) que commence le processus d'entrée et d'assimilation du mot étranger en russe.

[17] Terme du sociolinguiste russe Leonid Krysin. Cf. Krysin L.P., 2000, p. 153.

[18] En anglais, selon *The Oxford english Dictionary*, le premier emploi du terme chromatique ivory est attesté en 1590. Au départ, il était utilisé en particulier pour désigner la blancheur de la peau. Aujourd'hui, le terme semble avoir notablement élargi son domaine d'emploi. Selon les dictionnaires contemporains de la langue anglaise, *ivory* désigne une nuance 'blanc crème ou blanc jaunâtre' ou 'une couleur variable proche d'un jaune pâle'.

[19] Айвори / *aivori* correspond en russe au syntagme цвет слоновой кости / *tsvet slonovoi kosti* (litt. : 'couleur de la défense d'éléphant') que le *Dictionnaire* de S.I. Ojegov et N.Iou. Chvedova (1999) définit comme кремовый / *kremovyi* 'crème' (*kremovyi* est à son tour définit comme 'jaune pâle' ou 'blanc jaunâtre').

[20] Il faut noter néanmoins que dans cette annonce (comme souvent dans les textes de mode) nous n'avons aucun moyen – sinon intuitif – de décider, ce qui dans cette robe signifie l'élégance ou, autrement dit, lesquels de ces trois traits (absence de ruches, style 'non meringué', couleur *aivori* 'ivoire') servent de signifiant au concept élégance : « est-ce seulement un trait qui porte la signification, ou bien au contraire des éléments insignifiants se mettent-ils tout d'un coup à signifier dès lors qu'on les combine ? » (Barthes R., 2001, pp. 71-72). D'après Roland Barthes, la seule méthode ici est de repérer les répétitions : « c'est à force de voir telle zone du message revenir, identique à elle-même, qu'elle apparaît porteuse d'une même signification » (Idem, p. 72). C'est à force de voir tel trait accompagner le concept d'élégance qu'on pourrait finalement conclure que ce trait signifie l'élégance.

[21] 109 des 130 personnes à qui l'on a demandé de décrire cette couleur ont répondu que айвори / *aivori* ne provoque chez eux aucune association chromatique. C'est d'ailleurs le cas pour la plupart des emprunts utilisés dans les textes de mode aujourd'hui. Les seules exceptions sont хаки / *khaki* 'kaki' et кэмел / *kemel* 'camel'.

[22] On note que même les dictionnaires, censés rapporter les changements survenus au niveau du vocabulaire russe ces dernières années, « oublient » les mots de couleur. Cf. par exemple, le très bon dictionnaire *Tolkovyi slovar' sovremennogo russkogo iazyka. Iazykovye izmeneniia kontsa XX stoletia*, M., 2001 qui atteste uniquement le néologisme chromatique металл / *metallik*.

[23] Cette tendance est analysée in Krysin L.P., *op. cit.*, pp. 156-157.

[24] Citons quelques « traductions » de *aivori* rencontrées sur Internet : 'lait', 'couleur du lait cuit au four', 'crème', 'crème très tendre', 'ivoire pâle', 'champagne', 'blanc cassé'.

[25] Cf. « Спонсоры или, по-русски говоря, меценаты, видят свою задачу в том, чтобы... » 'Les sponsors ou, en parlant russe, les mécénats, voient leur tâche en ...' (exemple cité par Leonid Krysin, in Krysin, *op. cit.*, p. 157).

[26] La tâche d'établir la liste des termes de couleur les plus utilisés dans une langue donnée se révèle particulièrement difficile. La méthode d'établissement de cette liste est décrite in Krylova S., 2005a, pp. 134-140.

[27] Розовый / *rozovyi* 'rose', коричневый / *koritchnevyyi* 'brun' et probablement голубой / *goluboi* 'bleu' en russe sont des termes d'origine référentielle. Mais ils tendent à fonctionner synchroniquement de façon autonome par rapport à la métaphore et sont de nos jours perçus comme de véritables termes de couleur directs.

[28] Cf. Fagot Ph. et Mollard-Desfour A., *op.cit.*, p. 280-281.

[29] Après une longue période où même le mauvais café soluble était considéré comme un luxe, on a découvert en Russie un bon café. On voit un nombre impressionnant de marques de café dans les magasins. Dans les rues des villes russes il y a de plus en plus d'endroits où l'on peut goûter un bon café. Dans beaucoup de familles russes apparaissent des rituels de préparation du « vrai café ». Le café est devenu à la mode.

[30] « La saveur de l'enfance – la du Maroc. Je me souviens, pendant notre scolarité, on collait le petit losange noir avec l'inscription maroc partout : en commençant par son

propre front jusqu'à son cartable. L'odeur des oranges du Maroc était une odeur de fête (on achetait les oranges à l'époque soviétique en général « pour une grande occasion »). A l'époque, les oranges, après un mois d'écoeuement par le saucisson de fressure et les macaronis gris du magasin « Pingouin », nous semblaient un rêve » (Il'ia Azovskii, *Vkus detstva – Marokko*, 2004), l'extrait est traduit du russe par l'auteur du présent article).

[31] Cf. par exemple Krylosova S., 2003, pp. 205-221.

[32] Cf. Kostomarov V.G., *op.cit.*, 1999, p. 287.

[33] Bouverot, D., 1985, p. 205.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Bakhilana N.B. (1975). *Istoriia tsvetooboznachenii v russkom iazyke*. Moscou : Nauka.
- Barthes, Roland (2001). « Le bleu est à la mode cette année », in *Le bleu est à la mode cette année et autres articles*. Paris : Editions de l'Institut français de la mode, pp. 67-88.
- Bouverot, Danielle (1985). « Le vocabulaire de la mode », in *Histoire de la Langue Française, 1880-1914*, vol. 24. Paris : éd. CNRS, pp.193-206.
- Breuillard, Jean (1994). « N. M. Karamzin et la formation de la langue littéraire russe », in *Revue des études slaves*, LXVI-4, pp. 833-837.
- Cabré, Maria Teresa (1998). *La terminologie: théorie, méthode et applications*. Paris : Les Presses de l'Université d'Ottawa : Armand Colin éd.
- Chichkov, A.S. (1804). *Priboalenie k sotchinenuiu, nazyvaemomu Rassujdeniem o starom i novom sloge*. St-Petersbourg.
- Chumarina, M.R. (1999). « K voprosu o funkcionirovanii tsvetooboznachenii v sovremennoi russkoï retchi », in *Predlojenie i slovo*. Saratov, pp. 217-220.
- Fagot, Philippe et Mollard-Desfour, Annie (1993). « Couleurs contemporaines et société. Observation des lexiques chromatiques dans des situations de commercialisation : le cas des catalogues de vente par correspondance », in *Le Langage et L'Homme*, XXVIII, 4, spécial Socioterminologie, pp.273-287.
- Granovskaïa, L.S. (1964). *Prilagatel'nye, oboznatchaiuščie tsvet v russkom iazyke XVII-XX vv.*, Kand. diss. Baku.
- Greimas, Algirdas Julien (2000). *La Mode en 1830. Langage et société : écrits de jeunesse*. Paris : PUF.
- Kilochenko, M.I. (2001). *Psikhologiia mody*. St-Petersbourg : Retch'.
- Kirsanova, R.M. (1995). *Kostium v russkoï khudojestvennoï kul'ture 18- pervoi poloviny 20 vv. : opyt entsiklopedii*. Moscou : BRE.
- Klaus Hilde (1989). « Beobachtungen zu den Modefarbenwörtern in der deutschen Gegenwartssprache », in *Ztschr. für germanistische Linguistik*, B. NY., Jg. 17, N1, pp. 22-57.
- Kostomarov V.G. (1999). *Īazykovoï vkus epokhi. Iz nabludenii nad retchevoï praktikoi mass-media*. St-Petersbourg : Zlatoust.
- Krylosova, S.G. (2004). *Frantsuzsko-russkii slovar' tsvetooboznachenii*. Ekaterinbourg : Ural. gos. ped. un-t.
- Krylosova, Svetlana (2003). « Les particularités d'emploi des mots argotiques en russe contemporain », in *Linguistique et politique : Cahiers du DNPS №1-2*. CNRS – Université Nancy 2, pp. 205-221.
- Krylosova, Svetlana (2005a). *Contribution à l'étude lexico-sémantique des dénominations chromatiques en russe et en français*. Thèse de doctorat. Nancy.

- Krylosova, Svetlana. (2005b). « A la recherche des couleurs oubliées: pervanch », in *Sopostavite'naïa lingvistika*. Tom 5. Ekaterinbourg : Ural. gos. ped. un-t, pp. 37-47.
- Krylosova, Svetlana (2006). « A la recherche des couleurs oubliées : cuisse de nymphe émue », in *Sopostavite'naïa lingvistika*. Tom 6. Ekaterinbourg : Ural. gos. ped. un-t, pp. 100-112.
- Krysin, L.P. (2000). «Inoïazytchnoe slovo v kontekste sovremennoi obchtchestvennoi jizni», in *Russkii ïazyk kontsa XX stoletïia (1985-1995)*. Moscou: ïazyki russkoï kul'tury, pp. 142-161.
- Lotman, Iu.M. (2002). *Istoria i tipologïia russkoï kul'tury*. St-Pétersbourg : Iskusstvo SPb.
- Makarov, P.I. (1803). « Kritika na knigu pod nazvaniem : Rassujdenie o starom i novom sloge rossiïskogo ïazyka », in *Moskovskii Merkurii*, № 12, pp. 155-198.
- Rondeau, Guy (1983). *Introduction à la terminologie*, 2<sup>e</sup> édition. Chicoutimi : Gaëtan Morin.
- Stoeva-Holm, Dessislava (1996). *Farbbezeichnungen in deutschen Modetexten : eine morphologisch-semantische Untersuchung*. Stockholm, Uppsala : Almqvist & Wiksell.
- Valgina, N.S. (2001). *Aktivnye protsessy v sovremennom russkom ïazyke*. Moscou: Logos.
- Vanchteïn, O.B. (2000). « Ulybka tchechirskogo kota: vzgliad na rossiïskuiu modnitsu », in *Jenchtchina i vizual'nye znaki*. Moscou : Ideïa-Press.
- Vasilevitch, A.P., Michtchenko, S.S., Kuznetsova, S.N. (2001). « Tsvet i ego nazvanie. Razvitie leksiki tsvetooboznatcheniï v sovremennoi Rossii », in *Vestnik RFFI*, №1, <http://www.rffi.ru>.

#### ABSTRACT

#### NOVELTY AND LUXURY ATTRACTION: COLOUR NEOLOGISMS IN CONTEMPORARY RUSSIAN WOMEN'S MAGAZINES

The radical transformations which took place in all life spheres in Russia at the end of the XX<sup>th</sup> century and at the beginning of the 21<sup>st</sup> century, had a noticeable impact on the fashion language which lives nowadays a real "neological explosion": the usage of other languages, the creation of new vocabulary but also new morphological and syntactical types are very active in this area. All this applies fully to the colours lexicon. In this presentation, we will try to analyze the causes of the appearance of chromatic neologisms, in particular in women's magazines; to study the means of enriching Russian chromatic vocabulary; to draw some historical and cultural parallels; and, finally, to study the reaction of both linguists and the ordinary native speakers to this active renewal of the "coloured" lexicon.

**Key words:** evolution of the vocabulary, color terms, fashion magazines, Russian, cross-cultural differences.