HAL
open science

Quand une révolution devient orange. Approche sémio-discursive d'une couleur en politique

Valentyna Dymytrova

To cite this version:

Valentyna Dymytrova. Quand une révolution devient orange. Approche sémio-discursive d'une couleur en politique. Mots: les langages du politique, 2014, 105, pp.85-101. 10.4000/mots.21714 . hal-01070181

HAL Id: hal-01070181

https://hal.science/hal-01070181v1

Submitted on 30 Sep 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« Quand une révolution devient orange : approches sémiotique et discursive d'une couleur en politique », dossier « Couleurs politiques », coordonné par V. Bonnet, H. Constantin de Chanay et D. Desmarchelier, revue *Mots. Les langages du politique*, juillet 2014 (à paraître).

Résumé
Dans une perspective sémio-discursive, cet article examine les usages de la couleur lors de la Révolution orange (Ukraine, 2004). Les analyses s'appuient sur un corpus constitué de discours politiques et journalistiques, issus de la presse écrite ukrainienne et de la presse écrite française. Elles se focalisent sur la dénomination de la couleur et des acteurs politiques et les différentes ressources linguistiques et discursives qu'utilisent les locuteurs en ukrainien, en russe et en français lorsqu'ils se réfèrent à la couleur orange. Les résultats permettent de mieux saisir comment la couleur devient un moyen d'expression de l'opinion et un marqueur des rapports de pouvoir.

Abstract
In a semiotic-discursive perspective, this article studies the use of colour during the Orange Revolution (Ukraine, 2004). The analysis is based on a corpus of political and journalistic discourses from the Ukrainian and French press. We focus on the denomination of the colour and of political actors in reference to colours and on different linguistic and discursive resources used by speakers in Ukrainian, Russian and French when referring to the orange colour. The results allow a better understanding of how the colour becomes a means of expression of opinion and a marker of power relations.

Quand une révolution devient orange :
Approche sémio-discursive d'une couleur en politique

Valentyna DYMYTROVA

Les couleurs politiques sont des indicateurs importants des transformations de l'espace public et de l'émergence des nouveaux acteurs politiques en Ukraine postsoviétique. Celles-ci participent au renouvellement du champ politique chromatique, longtemps dominé par la couleur rouge. L'article analyse les usages des termes de couleur dans les discours politiques et journalistiques qui composent la couverture médiatique de la Révolution orange[1] par la presse écrite ukrainienne et par la presse écrite française.

La couleur est « *la sensation reçue par l'intermédiaire de notre œil de la vision d'un élément coloré* » (Deribéré, 1970, p. 6). Phénomène physique aux connotations culturelles fortes, la couleur passe du monde sensible à ses représentations par des symbolisations langagières ou plastiques. Considérées comme les plus anciens signes d'identification en politique (Frutiger, 2000, p. 275), les couleurs peuvent exprimer des identités politiques selon plusieurs modes sémiotiques : objets, vêtements, décors, textes et images.

Immédiatement perceptibles, les couleurs fonctionnent comme des signaux assurant la visibilité des acteurs politiques dans l'espace public. À partir de leur présence dans les objets concrets jusqu'à leur usage dans le lexique, les couleurs permettent l'identification des partis et des acteurs politiques. Le choix d'une couleur particulière exprime l'appartenance à un groupe et, simultanément, l'opposition ou la résistance par rapport à un autre. En effet, une couleur ne fonctionne pleinement que lorsqu'elle est opposée à une autre couleur. La couleur politique participe alors à une stratégie de distinction où « *le marquage symbolique entraîne un démarquage* » (Coulomb-Gully, 2001, p. 98), elle permet de différencier les acteurs politiques.

Au-delà de cette capacité d'affirmer les spécificités des partis politiques, les couleurs assurent une fonction de rassemblement. La force des couleurs, à l'instar d'autres symboles politiques, réside dans leurs caractères à la fois individuel et collectif. Intériorisées par les individus, les couleurs rassemblent en politique les groupes et les communautés (Sfez, 1988 ; Pastoureau, 1989), elles peuvent constituer un facteur de communion, ralliant les tenants d'une même culture politique (Berstein, 2006).

Enfin, le choix chromatique en politique s'ancre dans un système de savoirs et de croyances et dans l'histoire des usages des couleurs et des significations qu'elles véhiculent dans un espace de communication donné. En marquant une continuité ou une rupture avec les conventions chromatiques, le choix d'une couleur politique interpelle la mémoire ou l'imaginaire d'un groupe (Archer, Stent, 2011).

Pour tenir compte de ces multiples modes d'expression et de figuration des couleurs en politique, notre contribution s'inscrit dans une perspective constructiviste, selon laquelle la couleur est une pratique culturelle et un système de valeurs symboliques (Pastoureau, 2004, p. 12, 87 ; Koller, 2008, p. 397). Les couleurs sont ici considérées selon une double approche, d'une part, socio-sémiotique, en fonction de leurs usages dans des contextes historiques, culturels et institutionnels spécifiques (Van Leeuwen, 2005, p. 3), d'autre part, discursive, en fonction des usages des termes de couleur par divers énonciateurs dans les discours politiques et journalistiques (Krieg-Planque, 2009, 2012). Les deux plans, celui des usages non verbaux

[1] Il s'agit des manifestations pacifiques contre les falsifications des résultats du deuxième tour de l'élection présidentielle ukrainienne en 2004.

de la couleur et celui des lexiques de la couleur, sont à prendre en compte « *avant de se risquer sur le terrain de l'explication* » (Agulhon, 1990, p. 391).

La politisation de la couleur orange en Ukraine

La couleur orangée est adoptée par le bloc *Notre Ukraine* dès sa création en 2002[2]. Dépourvue d'associations politiques historiquement attestées dans le champ chromatique ukrainien, la gamme orange est devenue celle de la campagne de communication de Viktor Iouchtchenko, candidat à la présidentielle du bloc *La Force du peuple*, intégrant *Notre Ukraine*, en 2004. En tant que couleur politiquement neutre, l'orangé illustrait le renouvellement de la vie politique dont le candidat de l'opposition se revendiquait, à savoir la défense des intérêts du peuple face au pouvoir corrompu. Elle s'opposait aux couleurs bleu et blanc du Parti des régions[3] et de son candidat à la présidentielle, le Premier ministre Viktor Ianoukovitch.

La campagne présidentielle de 2004 s'est déroulée en Ukraine dans un climat de tensions sociopolitiques. Le Président Leonid Koutchma, à la fin de son deuxième mandat, s'est trouvé compromis par la révélation de son implication dans le meurtre du journaliste Georgiy Gongadze (2000) et par plusieurs mobilisations collectives, notamment « L'Ukraine sans Koutchma » (2000-2001). Cela a permis au bloc de l'opposition Notre Ukraine de devenir la plus grande fraction parlementaire à l'issue des élections législatives de 2002. En même temps, l'Administration présidentielle exerçait les pressions sur les médias, les journalistes et l'électorat[4].

Dans ce contexte, la couleur orange a permis aux leaders de l'opposition et à leurs partisans de se rendre visibles dans l'espace public de la rue. La diffusion de cette couleur dans l'espace public a emprunté des méthodes et des techniques, qui circulent entre le champ du marketing et de la communication et le champ sociopolitique de la mobilisation. Systématiquement utilisées par des acteurs connus comme Greenpeace ou Act-Up, les méthodes de *buzz* et de *flash mob* consistent à organiser des opérations originales, susceptibles de générer un fort intérêt du public et de stimuler le bouche-à-oreille afin de répondre à l'exigence de visibilité (Carré, 2010).

Une semaine avant le premier tour du scrutin, dans le cadre de l'action Ruban, un appel à l'utilisation générale de la couleur orange a été lancé sur l'Internet *via* les sites web et les listes de diffusion par mail de plusieurs organisations citoyennes. Les Ukrainiens ont été invités à porter des vêtements orange, à accrocher des rubans orange aux voitures, aux fenêtres, aux arbres, à installer des fonds d'écran orange sur les ordinateurs, ou, d'une façon plus anecdotique, à manger plus d'oranges, à boire du Fanta (une boisson à base d'orange) et à écouter la chanson *Humeur orange* du groupe rock russe Tchaif. Le 25 octobre 2004, des équipes de volontaires, mobilisés *via* l'Internet, ont accroché les premiers rubans orange dans le métro de Kiev. Ensuite, un *flash mob* sur la place de l'Indépendance de la capitale a réuni environ 300 personnes vêtues d'orange. Les partisans de *La Force du peuple* dans les régions ont rapidement soutenu cette initiative. Ils ont adopté la couleur orange en guise de soutien à leur candidat, diffusé et relayé le message de mobilisation. Le succès de ces actions a

[2] Ayant réuni plusieurs partis ukrainiens de centre et de droite, le bloc *Notre Ukraine* a remporté la victoire lors des législatives de 2002, ayant battu, pour la première fois depuis 1991, le Parti communiste.

[3] Fondé en 1997, le Parti des régions est situé au centre du Parlement, appelé centre-pragmatique de modèle oligarchique (Daubenton, 2009, p.173).

4 La plupart des médias ukrainiens subissaient différentes formes de contrôle et de pression et véhiculaient l'image négative de l'opposition et de son candidat. Le Président sortant et son équipe utilisaient leur position officielle pour influencer les résultats de la campagne (Dyczok, 2005).

contribué à l'élargissement de l'usage de la couleur orange par les acteurs politiques. Au-delà des drapeaux et des tracts orangés, cette couleur est devenue celle des tenues et des accessoires des leaders de l'opposition lors de leurs apparitions publiques.
Dotée d'une forte visée identitaire, la couleur a ainsi fonctionné comme un code vestimentaire réunissant les individus de même opinion politique et les positionnant par rapport à la société dans son ensemble. Dès le début des manifestations dénonçant les falsifications des résultats du deuxième scrutin, les vêtements et les objets fétiches orange se sont chargés d'un message politique qui exprimait le soutien à l'opposition et appelait à la mobilisation. Cette façon créative de se rendre visible dans l'espace public par l'utilisation de la couleur était difficile à contrôler et réprimer.
La couleur orange dans la rue évoquait l'ambiance des grandes fêtes populaires, des carnavals ou encore des compétitions sportives, à tel point qu'il était difficile de dire s'il s'agissait « *de fêter un événement politique ou de politiser une fête populaire* » (Goujon, 2005, p.117). Ses usages rappellent paradoxalement ceux de la couleur rouge en Union soviétique, par exemple, les drapeaux rouges omniprésents lors des défilés et fêtes politiques ou les foulards et les calots rouges des pionniers soviétiques. Cependant, si la couleur rouge avait exprimé la filiation avec la révolution bolchevique et assuré la continuité du pouvoir, la couleur orange, sans connotation politique et historique particulière, exprimait un message de contestation et témoignait de l'émergence d'une nouvelle identité politique, ralliant des citoyens au-delà des partisans du bloc *Notre Ukraine*.
L'utilisation de la couleur orange en guise de soutien à l'opposition a été qualifiée de manipulation venue de l'étranger par le Parti des régions, soutenant la candidature de V. Ianoukovitch. Selon le site du parti, la référence à Fanta, marque de soda distribuée par Coca-Cola, dans le texte de l'appel à la mobilisation confirmait l'origine étrangère des concepteurs de l'action Ruban. La rhétorique de la dénonciation de l'implication des étrangers dans l'organisation de la campagne de l'opposition a aussi tiré parti de l'homonymie entre le nom de la couleur et le nom d'un fruit exotique, donc venant d'ailleurs. Lors d'un meeting en soutien à son mari, L. Ianoukovitch, épouse du candidat du Parti des régions, a déclaré que les manifestants de la place de l'Indépendance restaient longtemps mobilisés car ils mangeaient des oranges importées contenant des substances narcotiques. La couleur orange est ainsi dénoncée comme une couleur exotique et étrangère.
Dans le contexte de la mobilisation collective, la couleur orange a été ainsi investie d'un sens politique et d'une valeur symbolique que nous tenterons de saisir à travers les discours.

La couleur orange au prisme des discours de la presse écrite

L'opération majeure de la symbolisation de la couleur est la dénomination. Elle établit une relation entre une expression linguistique et un ou des éléments de la réalité et a pour conséquence l'établissement d'une association référentielle stable (Kleiber, 2001). La dénomination des couleurs varie en fonction des sujets parlants mais aussi en fonction des systèmes linguistiques, car elle renvoie à des significations et des valeurs inscrites dans nos savoirs, notre mémoire et notre culture (Dubois, Grinevald, 1999 ; Biggam, 2012).

Périmètre d'analyse

Le corpus constitué comprend les discours produits dans des espaces culturels éloignés (en Ukraine et en France) et dans des langues différentes (l'ukrainien, le russe[5] et le français). Le regard que nous portons sur ce corpus est celui d'une chercheure bilingue (ukrainien-russe), native du pays concerné.

[5] Le russe est la langue maternelle d'environ 30% de la population d'Ukraine (Besters-Dilgers, 2005).

Les spécificités du corpus posent quelques difficultés méthodologiques. Il s'agit d'abord des possibilités et des limites de l'articulation des catégories linguistiques des trois langues. Si l'ukrainien, le russe et le français font partie des langues indo-européennes, elles appartiennent à des branches différentes, celle des langues slaves à l'alphabet cyrillique et celle des langues romanes à l'alphabet latin. À la différence du français, l'ukrainien et le russe sont les langues flexionnelles. Les adjectifs des couleurs, qui sont parfois invariables en français quand ils renvoient à des noms de fruit (orange), de fleurs (à l'exception de rose), ou de minéraux (émeraude), changent de formes dans les langues slaves étudiées. Cependant, notre approche ne se limite pas à des seules données linguistiques. Nous tentons de mettre en relation la matérialité discursive avec des éléments extérieurs, tels que les contextes culturel, historique et politique de l'usage des lexiques de la couleur.

Pour rapporter les occurrences aux lecteurs francophones, nous recourrons à la translittération de la langue ukrainienne et de la langue russe en usage chez les slavistes. La traduction de l'ukrainien et du russe vers le français est réalisée par l'auteure de l'article et utilisée pour présenter les occurrences dans leurs contextes discursifs, l'objectif étant de rendre compréhensibles leurs significations au lecteur français sans procéder à des remaniements et à des transformations, souvent nécessaires et justifiés pour un texte littéraire.

La cohérence des analyses est garantie par plusieurs lieux de convergence entre les discours du corpus. Issus de la presse écrite ukrainienne[6] et de la presse écrite française, ces discours sont liés à une pratique des professionnels du journalisme, même si ces démarches professionnelles ne sont pas strictement identiques (Claudel, Tréguer-Felten, 2006). Un autre point d'articulation entre ces discours consiste dans la temporalité propre à la campagne électorale ukrainienne de 2004. Les dénominations de la couleur et des acteurs politiques en référence à la couleur sont saisies dans la presse écrite ukrainienne et dans la presse écrite française dans la période du 15 septembre 2004 au 26 janvier 2005.

Tableau 1. Présentation du corpus.

Presse écrite ukrainienne	Nombre de formes graphiques*	Presse écrite française	Nombre de formes graphiques
Segodnya	130 387	*Le Figaro*	90 032
Fakty i kommentarii	146 310	*Le Monde*	75 066
Dzerkalo tyžnja	178 953	*Libération*	36 394
Den	473 801	*L'Humanité*	24 397

**La taille du corpus est présentée en nombre de formes graphiques en raison de notre focus sur le lexique de la couleur.*

Les journaux ont été sélectionnés en fonction de leurs positions dans l'audience de presse, de leurs opinions et de la langue de la diffusion. Parmi les quotidiens nationaux français, nous avons retenu *Le Monde, Le Figaro, Libération* et *L'Humanité.* Du côté des journaux ukrainiens, nous avons sélectionné *Den, Dzerkalo tyžnja, Fakty i kommentarii* et *Segodnya*. Les articles ont été recueillis à partir des archives électroniques des journaux pour la presse écrite ukrainienne et de la base de données *Factiva* pour la presse écrite française[7].

[6] La presse ukrainienne est éditée en deux langues : l'ukrainien et le russe. Selon l'Académie ukrainienne de presse, en 2007, 37,6% des éditions de la presse écrite sont en ukrainien, 21,8% sont publiés en russe, 20% de publications sont bilingues, 17,8 % des journaux proposent des versions parallèles en ukrainien et en russe et 3,9% des journaux sont édités en d'autres langues.

[7] Le corpus ukrainien a été sélectionné à partir des mots-clés en ukrainien et en russe et leurs formes dérivées que nous traduisons ici en français : « élection », « candidat », « manifestations », « révolution », « orange ». Le recueil du corpus français a été effectué à partir des associations des mots suivants: « élection(s) + Ukraine », « candidat + Ukraine », « manifestations + Ukraine », « révolution + Ukraine » et « orange + Ukraine ».

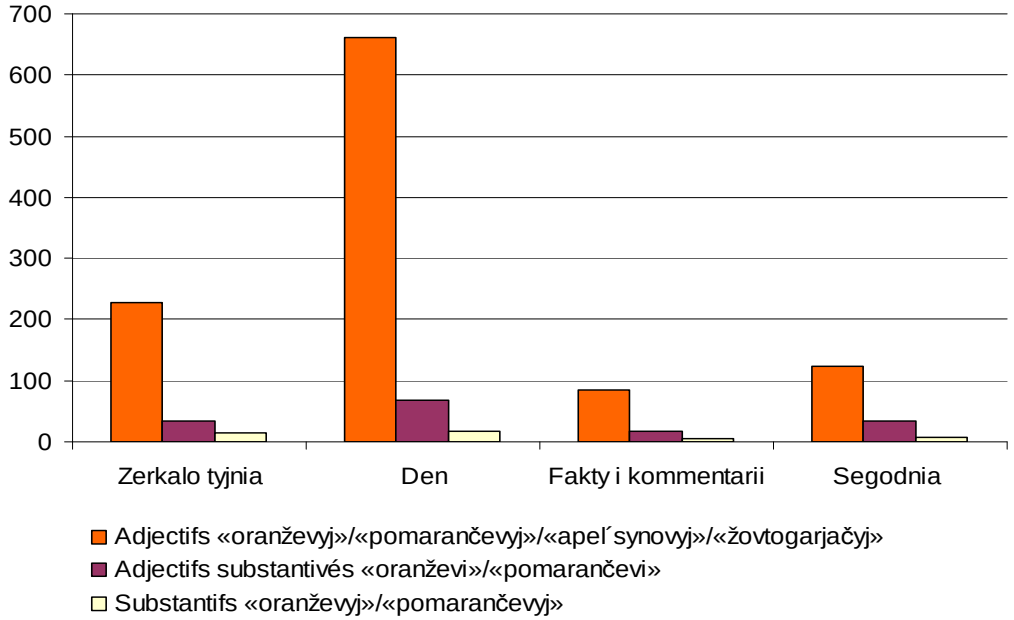
Le focus sur les occurrences des noms de couleur

En nous inspirant de l'approche du lexique développée par Alice Krieg-Planque (2009), nous avons relevé les occurrences du lexique de la couleur orange avant d'analyser ses usages dans les discours. Cette première approche du corpus permet de faire plusieurs constats.
En premier lieu, il existe des différences importantes entre la diversité des formes lexicales employées pour désigner la couleur orange en ukrainien, en russe et en français. Dans les discours en ukrainien, quatre adjectifs d'étymologie diverse correspondent à la dénomination de la couleur du bloc *Notre Ukraine*. « Pomarančevyj »[8], « oranževyj »[9] et « apel´synovyj »[10] empruntent leurs noms au fruit tandis que « žovtogarjačyj »[11] renvoie au mélange du jaune et du rouge. Tous ces adjectifs se traduisent en français par « orange », « orangé ». Dans les discours en russe, deux adjectifs dénomment la couleur choisie par l'opposition ukrainienne : « oranževyj » et « apel´sinovyj » (en français, « orange », « orangé »). Toutefois, l'adjectif « pomarančevyj », emprunté à l'ukrainien, est occasionnellement utilisé dans la presse russophone afin de rapporter l'actualité du pays et de se référer au nom de la couleur revendiquée par les acteurs politiques. En ce qui concerne les discours issus de la presse française, la couleur de l'opposition ukrainienne y est toujours désignée par l'adjectif « orange ». L'établissement d'une association référentielle stable entre la couleur et sa dénomination dans l'espace public ukrainien passe par une confrontation des synonymes qui renvoient à cette gamme chromatique.
Ensuite, il s'agit de la distribution inégale des occurrences entre les journaux (Figure 1). L'hebdomadaire critique et indépendant, *Dzerkalo tyžnja*[12] et le quotidien de référence *Den*[13], mobilisent beaucoup le lexique de la couleur de *Notre Ukraine*. Ils assurent ainsi la visibilité médiatique aux leaders de l'opposition et au mouvement de contestation. Pour *Den*, proche du Parti social-démocrate uni, au pouvoir en 2004, l'usage abondant du lexique de la couleur peut renvoyer à une façon d'affirmer son indépendance éditoriale par rapport à son propriétaire[14]. En revanche, les journaux *Fakty i kommentarii*[15] et *Segodnia*[16], recourent moins souvent au lexique de la couleur. Proches du pouvoir, ils représentent un lectorat dont l'opinion politique serait opposée à celle des manifestants orange.

---

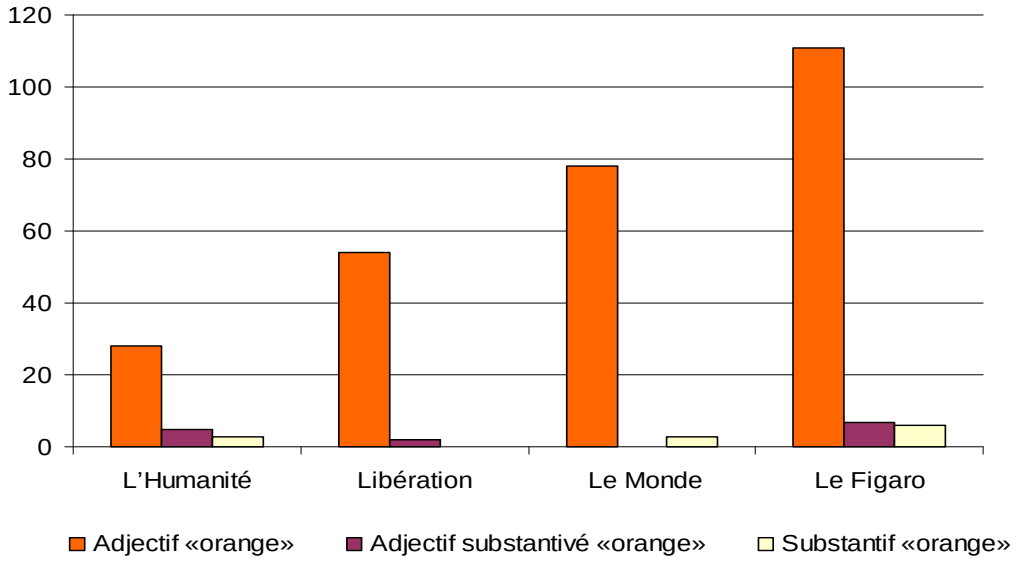
[8] L'adjectif «pomaranиevyj » (en français, « orange », « orangé ») est un emprunt de l'italien qui vient en ukrainien à travers le polonais et l'allemand.
[9] L'adjectif « oranževyj » (« orange », « orangé ») vient du français et est très proche phonétiquement de l'adjectif russe « oranjevyi ».
[10] L'adjectif « apel´synovyj » (« orange », « orangé ») vient en ukrainien du néerlandais par l'intermédiaire du russe.
[11] L'adjectif « žovtogarjačyj » (« orange », « orangé ») est composé de deux adjectifs ukrainiens « jovtyi » (« jaune ») et « gariatchyi » (« chaud », « vif »).
[12] Depuis 2011, *Dzerkalo tyžnja* appartient à son fondateur et rédacteur en chef V. Mostovoi et sa fille, journaliste Y. Mostovaia. Avant, il était détenu par V. Mostovoi et Y. Orlikov, homme d'affaires américain d'origine ukrainienne. Le tirage hebdomadaire est de 57000 exemplaires.
[13] *Den* appartient à l'architecte de l'homme d'affaires G. Sourkis et L. Ivshyna, sa rédactrice en chef. Le tirage quotidien est de 62500 exemplaires.
[14] Lors de la Révolution orange, les journalistes de *Den* ont participé à la rédaction d'une déclaration commune à plusieurs rédactions affirmant la liberté d'informer.
[15] *Fakty i kommentarii*, quotidien russophone le plus diffusé en Ukraine, appartient à V. Pintchouk, homme d'affaires et gendre du président sortant L. Koutchma. Le tirage quotidien est de 761 000 exemplaires.
[16] *Segodnya*, quotidien russophone, appartient à la famille de R. Akhmetov, homme d'affaires le plus riche d'Ukraine et député du Parti des régions. Le tirage quotidien est de 155 000 exemplaires.

Figure 1. Les occurrences de la référence à la couleur orange dans la presse ukrainienne.



Le nombre des références à la couleur orange varie également entre les journaux de la presse française (Figure 2). Les journaux de gauche, *L'Humanité* et *Libération*, se réfèrent moins à la couleur orange que *Le Monde* et *Le Figaro*. C'est surtout ce dernier qui mobilise le plus le lexique de la couleur de l'opposition ukrainienne. Cela pourrait être expliqué par la proximité d'opinions politiques entre *Le Figaro*, journal de droite, et le bloc *Notre Ukraine*, majoritairement composé de partis de droite. Par ailleurs, la distribution inégale du lexique de la couleur orange peut être interprétée en fonction de la méfiance des journaux de gauche envers les outils et techniques du marketing politique, évoqués par rapport à la diffusion de la couleur orange. En ce qui concerne l'usage du lexique de la couleur par *Le Monde*, le journal se situe à mi-chemin entre la gauche et la droite ce qui justifie sa réputation du quotidien analytique de référence.

Figure 2. Les occurrences de la référence à la couleur orange dans la presse française.



Cependant, la fréquence de la mention et la circulation du nom de couleur ne signifie nullement sa prise en charge énonciative (Rabatel, 2009). Le classement des occurrences de la couleur et les premières interrogations du corpus permettent d'étayer les questions de recherche en attirant l'attention sur les usages de la couleur politique dans les discours. Qui et qu'est-ce qui est dénommé en référence à la couleur orange? Qui sont les énonciateurs des discours qui se réfèrent à la couleur de l'opposition ? Quelles désignations de la couleur sont revendiquées, attribuées, déniées, réappropriées ou détournées dans les journaux ? Peut-on parler de l'usage du lexique de la couleur comme marqueur de l'opinion politique ?

La couleur dans la mise en scène de l'actualité

L'adjectif « orange » renvoie d'abord à la dénomination de l'événement. L'expression « Révolution orange » associe un terme politique qui désigne une classe d'événements et la couleur de la symbolique politique choisie par les acteurs politiques et retenue par les manifestants pour exprimer leur engagement dans l'espace public de la rue.

Dans l'ensemble des journaux, l'adjectif « orange » désigne la couleur des objets utilisés par les leaders de l'opposition et les manifestants dans l'espace public : banderoles, drapeaux, ballons, rubans, écharpes, vestes, cravates, etc. La stratégie de la mise en visibilité par la couleur déployée par les acteurs politiques dans l'espace public est relayée et amplifiée par la mise en scène discursive et visuelle de l'actualité dans les médias. Les multiples usages métaphoriques de l'adjectif « orange » qualifient les lieux (« Kiev orange »), le temps (« époque orange », « jours orange », « automne orange »), le mouvement de contestation et ses participants (« manifestants orange », « génération orange », « culture orange ») mais aussi les attitudes et les perceptions de l'événement (« conscience orange », « espoirs orange », « passions orange », «désordre orange »). Dans ces figures du discours, l'adjectif « orange » peut être connoté positivement (« renaissance orange ») mais aussi négativement (« manie orange »).

L'adjectif « orange » désigne la couleur mais aussi, par métonymie à travers sa forme substantivée, les acteurs qui la portent. Parmi les quatre adjectifs ukrainiens employés dans la presse pour désigner la couleur de l'opposition, seulement deux donnent lieu à la désignation des acteurs politiques : « pomarančevi » et « oranževi ». La première forme lexicale renvoie à la dénomination de la couleur revendiquée par la mobilisation collective, qui avait figuré dans l'appel à l'action Ruban en octobre 2004. La deuxième forme lexicale renvoie à la dénomination la plus courante de la couleur orange en russe. Au-delà de leur emploi pour désigner des acteurs politiques, ces formes lexicales se sont imposées dans le nom de l'événement politique : la Révolution orange[17]. La coexistence de l'ukrainien et du russe dans le même espace public et dans les médias a contribué à la circulation de ces formes lexicales (« pomarančevi » et « oranževi ») dans les deux langues.

L'emploi de l'adjectif substantivé « orange » pour désigner les opposants ukrainiens figure rarement dans les journaux français par rapport à leurs homologues ukrainiens (figures 2 et 3). Cela pose la question de l'influence de l'homonymie entre le nom de la couleur et le nom d'un fruit sur l'émergence et la diffusion d'une dénomination des acteurs politiques, mais aussi celle de la reconnaissance du mouvement orange en tant qu'acteur politique émergeant.

La mise en scène de la couleur dans l'écriture de l'actualité passe par la mobilisation des différentes ressources linguistiques en ukrainien, en russe et en français. Dans la partie suivante, nous essayerons d'articuler les dimensions linguistiques et les dimensions discursives de la référence à la couleur orange.

[17] En ukrainien, « Pomaranиeva revoljucija » ; en russe, « Oranževa revoljucija ».

La couleur comme marqueur des identités politiques

La signification de la couleur au cœur des discours médiatiques

Lors de la campagne électorale de 2004, le nom de couleur orange circule « *comme un courant, un flux (et un flou) de représentations, plutôt que comme un système de significations bien définies* » (Rémi-Giraud, Rétat, 1996, p. 11). La signification de la couleur est loin de faire l'objet d'un consensus. Divers énonciateurs cherchent à imposer leurs significations de la couleur en les opposant à celles des autres.
L'attribution de la signification à la couleur passe par l'ajustement des mots aux circonstances de l'expérience collective. Comme d'autres quotidiens français, *Le Figaro* associe le plus souvent la couleur orange aux acteurs politiques ukrainiens :
« *Sur la place de l'Indépendance, en plein cœur de Kiev, hier, ondoie une mer tranquille de dizaines de milliers de visages résolus et de mains tendues agitant des drapeaux orange, couleur symbole de l'opposition libérale ukrainienne* » (*Le Figaro*, 23/11/2004).
Les significations culturelles de la couleur orange sont plutôt rares dans la presse française. Elles renvoient à des interprétations qui circulent dans l'espace public ukrainien :
« *L'orange est associé à une tradition ukrainienne qui veut qu'une jeune fille offre une citrouille à son prétendant pour refuser ses avances. Certains y voient une allégorie du mariage forcé que le président Koutchma voudrait célébrer entre la population et son dauphin, Viktor Ianoukovitch* » (*Le Monde*, 25/11/2004).
Dans la presse ukrainienne, les significations de la couleur orange font l'objet des discours polémiques qui expriment la confrontation discursive des identités politiques. La confrontation de plusieurs discours, chacun attribuant sa signification à la couleur orange, selon l'axe violence *versus* non-violence, est mise en scène dans le passage suivant : *« Les uns disent que c'est la couleur de l'agression, d'autres que c'est la couleur des changements non violents » (Dzerkalo tyžnja*, 27/11-3/12/2004).
Dans le quotidien *Den*, la journaliste prend position par rapport au discours de l'adversaire disqualifiant l'orange (la couleur brune renvoie au fascisme) pour affirmer son interprétation de la couleur, inspirée des représentations du soleil propres à la culture ukrainienne :
« *Selon certains, la couleur orange rappelle le brun. Pour moi, et je crois pour beaucoup d'autres, la couleur orange rappelle le grand soleil orange et chaud qui apparaît lentement au-dessus de l'horizon nuageux, puis se lève rapidement en offrant sa chaleur et en donnant de l'espoir pour le jour à venir, la croyance dans ses propres forces et l'amour envers ses proches* » (*Den*, 10/11/2004).
L'orange fonctionne comme marqueur de l'engagement politique car il délimite les manifestants du reste de la population. Associé aux valeurs de liberté, d'indépendance et d'avenir, l'orange est opposé dans la citation ci-dessous à l'absence de couleurs :
« *Sans en être probablement toujours conscientes, les personnes orange sont descendues dans la rue de plusieurs villes ukrainiennes, pour opposer à ceux qui ont été dépourvus de couleurs par leurs chefs, leur aspiration à la liberté, indépendance et perspectives d'avenir» »*[18] (*Dzerkalo tyžnja*, 27/11-3/12/2004).
La polyphonie des significations attribuées à la couleur orange constitue la dimension polémique d'une nouvelle couleur politique et sert de toile de fond pour la cristallisation du sens d'une nouvelle identité politique.

La dénomination figurée de la couleur

[18] Toutes les traductions de l'ukrainien et du russe en français sont réalisées par l'auteur de l'article.

Les dénominations péjoratives de la couleur orange apparaissent dans la parole des adversaires politiques de l'opposition ukrainienne et dans les discours des hommes politiques russes. Dans l'extrait suivant, l'expression « peste orange et brune » assimile les partisans de V. Iouchtchenko aux nazis, car la « peste brune » est une dénomination courante du mouvement national-socialiste, selon la couleur des uniformes des soldats SA :
« *Le discours du maire de Donetsk, A. Loukiantchenko, était particulièrement émotionnel : " La Patrie est en danger ! La peste orange et brune pénètre dans notre pays. Une opération planifiée de la destruction du pays se déroule en ce moment en Ukraine "* » (*Segodnya*, 30/11/2004).
Une autre dénomination péjorative qui détourne la couleur de la contestation disqualifie l'opposition dans la citation suivante :
« *Vladimir Jirinovski, le vice président de la Douma russe, membre de la fraction du Parti libéral et démocratique de la Russie est arrivé à la session parlementaire portant une écharpe bleue et blanche et avec un brassard bleu, symboles du soutien au candidat à la présidentielle ukrainienne Viktor Ianoukovitch. « Pas de rubans roux*[19] *dans la salle », a-t-il annoncé aux journalistes russes* » (*Fakty i kommentarii*, 30/11/2004).
Dans les paroles de G. Pavlovski, conseiller en communication de V. Poutine, la couleur orange se transforme en couleur « colique d'enfant » :
« *La révolution en marche à Kiev porte la couleur "colique d'enfant", lançait dimanche le conseiller du président russe, dans une allusion particulièrement raffinée à la couleur orange choisie par les manifestants pro-Iouchtchenko* » (*Libération*, 30/11/2004).
Cette désignation dépréciative de la symbolique politique de l'opposition dévalorise les manifestants. Elle traduit la position politique de Moscou, très critique par rapport à la mobilisation collective ukrainienne.
Si désigner les tendances politiques par les noms de couleurs qui leur sont communément attribués signifie la reconnaissance et l'acceptation des acteurs politiques auxquels ces couleurs renvoient, nommer les couleurs d'une façon allusive et métaphorique marquerait la dénégation de ces identités politiques.

Les dimensions polémiques des dénominations des acteurs

Les manifestants et les acteurs politiques de l'opposition ont été dénommés par l'adjectif substantivé « pomarančevi » (les "orange"), à l'instar de la désignation, dans tous les pays, des partisans des partis écologistes, les Verts (en ukrainien, "zeleni"). Dans la mesure où cette désignation prenait de l'importance dans l'espace public et dans le vocabulaire, les partisans du Parti des régions ont été eux aussi désignés en référence à leurs couleurs politiques. Les positions antagonistes des acteurs politiques s'exprimaient dans les discours par le contraste entre les couleurs. Il s'agit d'une tradition des usages des couleurs politiques selon laquelle la couleur qui caractérise un parti politique s'oppose à une autre couleur qui caractérise son adversaire, par exemple, les rouges contre les blancs après la Révolution d'Octobre. À la différence de la symbolique monochrome de l'opposition, celle du Parti des régions comportait deux couleurs, le blanc et le bleu, ce qui a donné lieu à plusieurs dénominations de ses partisans : les bleus, les bleus et blancs et les blancs et bleus :
« *Le sujet principal des discussions entre les « orange » et les « blancs et bleus » consiste à savoir lequel candidat est digne d'occuper le poste du président de l'Ukraine et régler les destinées des citoyens dans les quatre années à venir* » (*Segodnya*, 27/11/2004).

[19] Cette référence à la couleur rousse exprime le rejet de l'identité politique de l'opposition, cette couleur étant associée dans l'imaginaire populaire au diable et à la sorcellerie. Ainsi, le Roman de Renart, recueil de récits médiévaux français du 12e et 13e siècle, présente l'animal roux comme rusé et débauché.

Dans la citation suivante, la mise en scène de la conflictualité propre à l'événement s'effectue au travers l'opposition des couleurs. L'orange qui rend visibles les manifestants de l'opposition dans l'espace public est ici opposé à l'absence de couleur (« noir ») dans les rangs des partisans du Parti des régions :

« *À la différence des « orange », qui arrivaient à Kiev sans bruit, mais d'une façon joyeuse et optimiste, les « blanc et bleus » étaient, à vrai dire, entièrement « noirs » et arrivaient dans la capitale par les bus accompagnés des milices, ou par les trains. Ils ne montraient pas leurs visages aux journalistes, inventaient des raisons étranges pour leurs voyages, et ensuite, les formulaient d'une façon plus claire : mettre de l'ordre à Kiev et soutenir Ianoukovitch…* » (*Den*, 3/12/2004).

Les dénominations revendiquées par les acteurs de l'opposition entrent en confrontation avec les désignations qui leur sont attribuées par leurs adversaires politiques. Celles-ci jouent sur les figures de discours, l'homonymie ou les emprunts du lexique à d'autres contextes historiques ou politiques, avec une visée de disqualification.

Le recours à l'homonymie entre le nom de la couleur et le nom du fruit dans la presse ukrainienne fait partie des stratégies de dénonciation de l'opposition. Le quotidien *Den* rapporte ainsi une dénomination dépréciative de l'événement, « *bacchanale des ceux qui ont été manipulés par des oranges* » (*Den*, 3/12/2004). Cette qualification des manifestants évoque les rumeurs diffusées par le pouvoir ukrainien selon lesquelles des oranges contenant des substances narcotiques étaient distribuées aux manifestants pour qu'ils puissent rester longtemps mobilisés.

Les « orangistes » est une autre façon de désigner les manifestants. De la même famille lexicale que l'adjectif « orange », ce substantif fait référence aux partisans d'Orange-Nassau, famille régnante des Pays-Bas depuis le 16e siècle, et surtout aux conflits liés à cette dynastie[20]. Dans la citation suivante, le mot « orangiste », devient une désignation critique de l'opposition ukrainienne dans la parole rapportée d'un partisan de V. Ianoukovitch. La dévalorisation se construit ici au travers l'opposition « nous » *versus* « eux » et l'évocation du champ lexical de la colonisation :

« *Et pourquoi vous ne dîtes pas qu'à Lvov ils ont aussi voté à 92% pour Iouchtchenko ? Pourquoi nous soupçonne-t-on et eux non ? Pourquoi les orangistes viennent-ils chez nous comme en mission ? Ils veulent quoi ? Nous civiliser ? Nous coloniser ? Nous apprendre à vivre ?* » (*Le Figaro*, 21/12/2004).

L'adjectif « orange » est invariable en français même lorsqu'il forme le noyau d'un syntagme nominal. Si *le Monde* évite soigneusement de telles dénominations et leur préfère des emplois qui présentent moins de difficultés grammaticales comme « l'opposition orange » ou « le camp orange », *L'Humanité* utilise la forme les « oranges » tandis que *Libération* et *Le Figaro* emploient tantôt la forme sans marque du pluriel (les « orange »), tantôt la forme avec la marque du pluriel (les « oranges »). S'agit-il de négligences typographiques ?

L'homonymie entre le nom de couleur et le nom d'un fruit permet au journaliste d'exprimer sa critique de la stratégie du pouvoir ukrainien qui tentait de réprimer les manifestations :

« *Le pouvoir, confronté au soulèvement pacifique d'une majorité d'Ukrainiens, bloqué par la Cour suprême, censuré par la majorité du Parlement et isolé sur le plan international (en dehors de Moscou), ne conteste même plus que l'élection a été frauduleuse, ni que son candidat l'a perdue. Sa fraude éventée, il a brandi la menace de sécession de ses fiefs orientaux et joue la montre dans l'espoir de faire pourrir les "oranges"* » (*Libération*, 2/12/2004).

[20] La signification politique de la couleur orange est, elle aussi, liée aux Pays-Bas où le drapeau de Guillaume Ier d'Orange Nassau, lors de la révolte contre la domination espagnole de sept Provinces-Unies au 16e siècle, est composé de trois bandes horizontales : orange, blanc et bleu. Le mot « orangiste » et la couleur ont ensuite été repris pour nommer les protestants en Irlande du Nord.

Dans l'extrait suivant, par le recours à l'homonymie, le chroniqueur de *L'Humanité* rend compte d'une polémique qui existe autour des manifestations ukrainiennes et du sens à leur donner et marque une distance par rapport à l'événement :

« *Que ces changements soient présentés comme une entrée dans le jardin d'Éden, de la « révolution des roses » en Géorgie à la « révolution des orange » en Ukraine, il n'est pas certain qu'ils annoncent des lendemains qui chantent* » (*L'Humanité*, 24/12/2004).

L'homonymie entre le nom de la couleur et le nom du fruit permet aux journalistes français de jouer sur les deux sens du mot et d'exprimer la distance ou le regard critique par rapport à l'événement et ses symboles.

La couleur dépolitisée

Dans l'ensemble des discours étudiés, certains énonciateurs développent des stratégies visant à dépolitiser la couleur orange. La signification de la couleur politique est souvent restreinte à une technique de communication et à des pratiques de divertissement comme dans la citation suivante : « *La couleur orange est le choix le plus réussi de la campagne électorale de 2004, c'est la couleur de l'été, de la joie et du soleil* » (*Den*, 1/12/2004).

La couleur orange est aussi vidée de sa connotation politique et envisagée dans une logique de la consommation dans l'extrait ci-dessous :

« *Ces jours-ci, les couleurs tendance de la capitale sont sans doute les nuances de l'orange qui ont l'air très vif sur le fond du paysage hivernal et des vêtements sombres. Le commerce a instantanément réagi à la priorité de cette couleur, les marchés abondent des pulls et des bonnets tricotés de couleur à la mode, ils sont vendus avec des réductions, parfois allant jusqu'à un tiers de prix* » (*Segodnya*, 30/11/2004).

La stratégie de dépolitisation de la couleur se manifeste enfin lorsque le locuteur refuse d'en faire explicitement mention et la remplace par d'autres noms. Elle est mise en œuvre dans l'énoncé suivant de Vladimir Poutine :

« *Ce qui me préoccupe, a-t-il dit, ce sont les tentatives de résoudre des problèmes politiques par des moyens illégaux. Le plus dangereux, c'est l'apparition de systèmes de révolutions permanentes, qu'elles soient roses ou bleues"… »* (*Le Monde*, 25/12/2004).

La couleur bleue n'a pas de référent politique précis. Quant à la couleur rose, elle renvoie par homonymie à la rose, symbole de la Révolution géorgienne de 2003. Transformant le substantif « rose » en un adjectif de couleur, à l'instar du nom propre des manifestations de contestation ukrainiennes, l'énonciateur fait un lien entre les deux mouvements qu'il dénonce comme illégitimes. En même temps, les couleurs rose et bleue sont associées au genre et, plus particulièrement, dans l'espace de communication russe, aux discours dénonçant l'homosexualité. De cette façon, l'énonciateur dénie les significations politiques à toute mobilisation collective, y compris aux demandes de reconnaissance d'identité de genre.

Conclusion

Les discours politiques et journalistiques accordent une place importante aux couleurs dans la mise en scène du politique, surtout aux moments forts de la vie politique (élections, crises), car les couleurs expriment d'une façon métaphorique la conflictualité inhérente à la logique du politique. En effet, la dimension politique de l'identité repose sur une confrontation avec l'identité d'autres acteurs, par opposition, à la fois réelle et symbolique (Lamizet, 2002). Par les couleurs, les identités politiques s'expriment et prennent sens dans la confrontation à d'autres identités. Dès lors qu'une couleur s'inscrit dans un ensemble de pratiques langagières et de rapports de pouvoir, elle devient un élément de l'identification politique.

Dans ce contexte, nommer une couleur, c'est faire référence à l'acteur politique qui l'utilise, le reconnaître et le distinguer des autres acteurs. En revanche, nommer les couleurs d'une façon allusive et métaphorique, c'est marquer la distance ou rejeter l'identité politique, revendiquée par les acteurs. La façon de désigner une couleur peut ainsi devenir un marqueur important des rapports de pouvoir et un moyen d'expression de l'opinion qui permet d'ancrer une identité en politique.

Face à la visée de crédibilité et celle de captation (Charaudeau, 1997), les discours médiatiques privilégient l'expression polémique car elle comporte une forte dimension spectaculaire, susceptible de susciter l'intérêt du public (Burger, Jacquin, Micheli, 2011). Le contraste entre les couleurs politiques répond à cette recherche de spectaculaire. La couleur politique s'inscrirait ainsi dans une double dynamique de confrontation : celle qui fait exister l'espace politique mais aussi celle qui caractérise la mise en scène du politique dans les discours et les médias.

Références

AGULHON Maurice, 1990, « Les couleurs dans la politique française », *Ethnologie française*, n° 4, p. 391-398.

ARCHER Arlene, STENT Stacey, 2011, « Red socks and purple rain: the political uses of colour in late apartheid South Africa », *Visual Communicat*ion, vol. 10, n° 2, p. 115-128.

BERSTEIN Serge, 2006, « Symbolique et politique : nature et fonction des symboles partisans », M. Agulhon éd., *La République en représentations*, Paris, Publications de la Sorbonne, p. 43-47.

BESTERS-DILGERS Juliane, 2005, « Le facteur linguistique dans le processus de la construction nationale en Ukraine », G. Lepesant éd., *L'Ukraine dans la nouvelle Europe*, Paris, CNRS Éditions.

BIGGAM Carole, 2012, *The Semantics of Colour: A Historical Approach*, Cambridge, Cambridge University Press.

BURGER Marcel, JACQUIN Jérôme, MICHELI Raphael (éd.), 2011, *La parole politique en confrontation dans les médias*, Bruxelles, De Boeck.

CARRE Dominique, 2010, « Mobilisation communicationnelle. Importation, circulation des savoirs et des pratiques », Actes (CD-ROM) du 17e Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC), *Au cœur et aux lisières des SIC*, Dijon, 21-24 juin 2010.

CHARAUDEAU Patrick, 1997, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, INA-Nathan.

CLAUDEL Chantal, TREGUER-FELTEN Geneviève, 2006, « Rendre compte d'analyses comparatives sur des corpus issus de langues/cultures éloignées », *Les Carnets du Cediscor*, n°9, p. 23-37

COULOMB-GULLY Marlène, 2001, *La démocratie mise en scène : Télévision et élections*, Paris, CNRS Edition.

DAUBENTON Annie, 2009, *Ukraine : les métamorphoses de l'indépendance*, Paris, Buchet/Chastel.

DERIBERE Maurice, 1970, *La couleur*, Paris, PUF.

DUBOIS Danièle, GRINEVALD Colette, 1999, « Pratiques de la couleur et dénominations », *Faits de langues*, n°14, p. 11-25.

DYCZOK Marta, 2005, « Breaking through the Information Blockade: Election and Revolution in Ukraine 2004 », *Canadian Slavonic Papers*, vol. XLVII, n° 3-4, p. 241-264.

DYMYTROVA Valentyna, 2011, *Identités politiques, discours et médias: le cas de la Révolution orange*, thèse de doctorat, Lyon, Université Lyon 2.

FRUTIGER Adrian, 2000, *L'Homme et ses signes : signes, symboles, signaux*, Reillanne, Atelier Perrousseaux.

GOUJON Alexandra, 2005, « La Révolution orange en Ukraine : enquête sur une mobilisation postsoviétique », *Critique internationale*, n° 27, p. 109 -126.

KLEIBER Georges, 2001, « Remarques sur la dénomination », *Cahiers de Praxématique*, n° 36, p. 21-41.

KOLLER Veronika, 2008, « 'Not just a colour': pink as a gender and sexuality marker in visual communication », *Visual Studies*, vol. 7, n°4, p. 395-423.
KRESS Gunther, VAN LEEUWEN Theo, 2002, "Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour", *Visual Communication*, vol. 1, n° 3, p. 343–68.
KRIEG-PLANQUE Alice, 2009, *La notion de « formule » en analyse du discours : Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses Universitaire de Franche-Comté.
LAMIZET Bernard, 2002, *Politique et identité*, Lyon, PUL.
PASTOUREAU Michel, 1989, *Couleurs, images, symboles*, Paris, Le Léopard d'Or.
PASTOUREAU Michel, 2004, *Dictionnaire des couleurs de notre temps*, Paris, Bonneton.
RABATEL Alain, 2009, « Prise en charge et imputation, ou la prise en charge à responsabilité limitée… », *Langue française*, n°162, p. 71-87.
REMI-GIRAUD Sylviane, Retat Pierre (éd.), 1996, *Les mots de la nation*, Lyon, PUL.
SFEZ Lucien, 1988, *La symbolique politique*, Paris, PUF.
VAN EEUWEN Theo, 2005, *Introducing Social Semiotics*, London, Routledge.