



Publif@rum 23, 2015

Les avatars de la métaphore

Maria Francesca BONADONNA

Le tissage des métaphores dans les revues de mode

Nota

Il contenuto di questo sito è regolato dalla legge italiana in materia di proprietà intellettuale ed è di proprietà esclusiva dell'editore.

Le opere presenti su questo sito possono essere consultate e riprodotte su carta o su supporto digitale, a condizione che siano strettamente riservate per l'utilizzo a fini personali, scientifici o didattici a esclusione di qualsiasi funzione commerciale. La riproduzione deve necessariamente menzionare l'editore, il nome della rivista, l'autore e il documento di riferimento.

Qualsiasi altra riproduzione è vietata senza previa autorizzazione dell'editore, tranne nei casi previsti dalla legislazione in vigore in Italia.

Farum.it

Farum è un gruppo di ricerca dell'Università di Genova

Pour citer cet article :

Maria Francesca BONADONNA, *Le tissage des métaphores dans les revues de mode*, Les avatars de la métaphore, Publif@rum, n. 23, pubblicato il 2015, consultato il 24/05/2019, url: http://publif@rum.farum.it/ezine_pdf.php?id=309

Editore Publif@rum (Dipartimento di Lingue e Culture Moderne - Università di Genova)

<http://www.farum.it/publif@rum/>

<http://www.farum.it>

Documento accessibile in rete su:

http://www.farum.it/publif@rum/ezine_articles.php?art_id=309

Document généré automatiquement le 24/05/2019.

Le tissage des métaphores dans les revues de mode

Maria Francesca BONADONNA

Table

1. Introduction

2. Entre description, dénomination et régime praxéologique

3. Une piste de réflexion ouverte

Bibliographie

Résumé

Le langage de la mode étant caractérisé par un vaste recours à la métaphore, la présente contribution se propose de se pencher sur cette figure de style par le biais de l'analyse d'un corpus d'articles parus dans les revues de mode « Vogue » et « Elle ». L'extraction des métaphores dans ces textes mène à l'identification d'un niveau métaphorique double : d'une part sont relevées les métaphores terminologiques qui se sont implantées dans le lexique de la mode, d'autre part sont analysées les métaphores vives ayant une valeur rhétorique. Des exemples sont fournis et examinés d'un point de vue syntaxique et sémantique, illustrant leurs différentes fonctions : le besoin de dénomination et l'incitation à l'achat des produits.

Abstract

The language of fashion is characterized by a wide use of metaphors. This paper aims at considering this figure of speech through the analysis of a corpus of articles from the fashion magazines "Vogue" and "Elle". The extraction of metaphors in these texts leads to the identification of a double metaphorical level: it is possible to identify, on the one hand, the terminological metaphors that are part of the terminology of fashion and, on the other hand, metaphors charged with a rhetorical value. Some examples are presented and discussed from a syntactic and semantic point of view, by exploring the main functions of denomination and prompting to the purchase of products.

1. Introduction

Suite à l'analyse du phénomène de la métaphorisation terminologique menée par Assal il y a vingt ans (ASSAL, 1994), plusieurs pistes de réflexion ont été ouvertes en vue d'explorer la nature et la place de la métaphore en langue de spécialité. De récentes études se sont penchées sur les multiples aspects de la question : de la compréhension de la métaphore lexicalisée (GARDES TAMINE, 2007) à la création terminologique (PRANDI-ROSSI, 2012), de la traduction (VANDAELE, 2004) à l'approfondissement des domaines de la cardiologie (OLIVEIRA, 2009) et de l'astronomie (GIAUFRET-ROSSI, 2010).

Nous sommes convaincue que l'examen de la métaphore peut être conduit avec profit aussi à propos du secteur de la mode, qui est peu étudié dans cette perspective malgré l'abondance et l'hétérogénéité des approches auxquelles son étude donne lieu, du lexicographique au littéraire, de l'historique au sociologique (ZANOLA, 2012). Cette contribution vise à lancer quelques réflexions sur les typologies et les fonctions de la métaphore dans le discours de mode, à travers une analyse qualitative des métaphores recensées dans un corpus de revues.

Des considérations préalables s'imposent quant à la notion de métaphore et à la méthode suivie. En ce qui concerne le premier aspect, une définition « négative » de la métaphore est ici accueillie ainsi que l'illustre Gardes Tamine (2011 : 69) :

Si l'on ne se satisfait pas de définitions de la métaphore sans doute intéressantes mais sectorielles, il faut donc se contenter d'une définition négative. Elle joue du rapprochement de signes, reliés par la syntaxe, qui renvoient à des objets entre lesquels n'existe aucune relation autre qu'une éventuelle ressemblance ou analogie perceptive, au demeurant non nécessaire.

D'ailleurs, la recherche a été restreinte à un seul type de textes, les revues, qui constituent un domaine privilégié pour l'examen du lexique vestimentaire, non seulement afin de déceler les valeurs, les interprétations et les phénomènes sociaux qui font partie du monde de la mode, mais aussi, dans une perspective linguistique, pour étudier les données du « vêtement écrit » indépendamment du «vêtement réel» et du « vêtement-image » (BARTHES, 1967). En outre, le corpus de presse a été limité aux ressources en ligne, admettant que l'Internet représente une source suffisante et exhaustive pour le repérage et l'étude du discours de la mode. Comme Sonina l'affirme : « Celui-ci permet l'accessibilité immédiate d'un grand nombre de documents divers; rend la collecte des textes nécessaires plus facile que jamais; propose les textes en version électronique facile à manipuler; peut faire une analyse approximative de la fréquence de chaque terme » (SONINA, 2000).

À la lumière de ces observations, on a sélectionné un ensemble d'articles dans deux des revues françaises de mode les plus célèbres en France et dans le monde entier, « Elle » (<http://www.elle.fr/Mode>) et « Vogue » (<http://www.vogue.fr/mode>). Le corpus a été identifié à partir de la recherche d'une liste des mots-clés de la mode répertoriés par Sonina en tant que constituant la terminologie banalisée du vêtement (SONINA, 2007). Ces mots-clés insérés dans les moteurs de recherche des deux sites, un total de 120 articles, publiés de janvier 2010 à juin 2014, a été isolé. Quant au magazine « Elle », notre attention s'est concentrée, à l'intérieur de la section *Mode*, sur 67 articles des rubriques *Conseils*, *Influence* et *Shopping* (pour la dernière uniquement la rubrique *Shopping de la semaine* a été retenue). De la revue « Vogue » on a gardé 53 articles extraits des rubriques *L'Actu mode de la semaine*, *Le sac du week-end*, *Les shoes de la semaine* de la Section Mode.

L'analyse, conduite suite à un repérage manuel sur les titres, les sous-titres et le corps des articles, a mené à l'extraction de 31 métaphores, qui, dans cette phase exploratoire, constituent un échantillon exhaustif en vue d'établir quelques premiers résultats. D'abord, elles permettent d'observer une dichotomie entre métaphores rhétoriques et métaphores terminologiques (OLIVEIRA, 2005). Deuxièmement, elles mettent en lumière une certaine régularité des domaines sources, ici adoptés en tant que critère descriptif pour le fonctionnement métaphorique, notamment en raison de la correspondance visuelle qui est établie par rapport au domaine cible.

2. Entre description, dénomination et régime praxéologique

Dans le corpus, une première distinction peut être opérée entre métaphores rhétoriques et métaphores terminologiques, ces dernières identifiées à travers la comparaison avec trois sources lexicographiques et terminologiques : le dictionnaire de langue générale *Petit Robert*, la base de données terminologiques *Grand Dictionnaire terminologique* (<http://www.granddictionnaire.com>) et le dictionnaire spécialisé *Dictionnaire de la mode au XXe siècle* de Remaury. En ce qui concerne la métaphore terminologique, il est utile de rappeler, comme Gardes-Tamine l'affirme, que la métaphore est « un outil particulièrement utile dans la création lexicale. De fait, il n'existe aucun domaine de la langue qui puisse s'en passer, y compris les langues de spécialité ou les domaines techniques » (GARDES TAMINE 2007 : 14). Le lexique de la mode ne semble pas échapper aux mécanismes de néonymie s'appuyant sur cette figure : le corpus offre 22 exemples d'unités terminologiques, simples et complexes, formées suite à un mécanisme métaphorique : *ballerine*, *banane*, *boule*, *bretelles spaghetti*, *cabas*, *jean cigarette*, *jupe boule*, *jupe corolle*, *lunettes papillon*, *marinière*, *minaudière*, *pantalon cigarette*, *lunettes de soleil mouche*, *manche ballon*, *manche boule*, *nœud papillon*, *patte d'éléphant*, *robe tulipe*, *sac baguette*, *sac seau*, *sac transistor*, *saharienne*.

Parmi les termes simples, on recense les cas de la chaussure *ballerine*, de la besace *banane*, des sacs *boule* et *cabas*, de la blouse *marinière*, de la pochette *minaudière*, de la veste *saharienne*, de l'emprunt à l'anglo-américain *t-shirt*, qui peuvent être observés dans les extraits suivants :

Chaque saison Repetto faire revivre le mythe Bardot en déclinant ses iconiques ballerines BB dans des teintes et des matières inédites. Pour le printemps-été 2012, Repetto a imaginé une version inspirée de l'univers digital, qui se pare de plusieurs centaines de petits carrés acidulés façon pixels. En coton, ses étonnantes ballerines sont déjà disponibles sur le site de Repetto au prix de 165 euros.

C'est quoi une vraie marinière ?

Si l'on s'en fie au décret du 27 mars 1858 détaillant la liste des uniformes officiels des matelots, cette pièce qui faisait office de sous-vêtement devait compter vingt-et-une rayures blanches, chacune deux fois plus larges que les vingt ou vingt-et-une rayures bleu indigo. Traditionnellement, elle était à manches trois quarts pour ne pas dépasser de la vareuse.

La maison britannique célèbre les fêtes de fin d'année et décline sa fameuse minaudière en version blanche ornée d'un fermoir flocons incrusté de cristaux Swarovski.

Une paire de sandales, un t-shirt à message ou encore une robe d'été à paillettes, découvrez les bonnes affaires soldées des filles du ELLE.

Il ne manque pas d'unités terminologiques complexes, où le thème est suivi du phore par l'intermédiaire de la préposition *de*, par exemple dans les syntagmes nominaux *patte d'éléphant*, celui-ci aussi abrégé comme *patte d'éph*, et *taille de guêpe*, ou par apposition, comme dans *bretelles spaghettis*, *jean cigarette* ou *pantalon cigarette*, *jupe boule*, *jupe corolle*, *lunettes de soleil mouche*, *lunettes papillon*, *manche ballon*, *manche boule*, *nœud papillon*, *sac baguette*, *sac seau*, *robe tulipe*, *talon aiguille*.
Considérons les exemples suivants :

Les années 90 sont à la mode. Une allure élégamment investie par l'actrice Dakota Fanning et sa robe noire intemporelle. Les détails qui changent tout ? La délicatesse des bretelles spaghettis et l'allure nineties de la robe. Avec le chapeau de paille, le look prend une tournure qui sent bon les vacances !

Un nouveau mot fait son entrée dans le vocabulaire mode cette saison: slippers. Ces mocassins plats à languette en forme de chaussons, réinventés par les créateurs pour être portés à la ville, sont les nouveaux basiques de mi-saison au même titre que les ballerines ou les derbies. Ils se portent avec un pantalon cigarette 7/8 et une chemise d'homme retroussée aux manches, pour un look masculin-féminin teinté d'une touche d'élégance aristocratique.

La jupe corolle. Le modèle phare des années 1950 revient cette année pour un look Lauren Bacall dans « Comment épouser un milliardaire ». Volumineuse et cintrée à la taille, elle nous donne une allure des plus chics.

Des robes à manches ballon et col relevé, parés de broches et de cabochons, tout droit sortie du seizième siècle, se portent avec des jeans anthracites usés et des bottines poussiéreuses. Tendance à suivre : le jean slim noir porté sous la jupe, comme un collant.

Né en 1997, le sac Baguette est l'un des accessoires les plus emblématiques de la maison Fendi. Porté sous le bras, à

la manière du pain français, ce sac à main a été produit dans plus de 700 modèles.

Ces exemples représentent des cas de métaphores visuelles, par lesquelles le thème correspond à la pièce du vêtement, alors que le phore relève de domaines-sources familiers. La coupe droite de certains types de bretelles et de pantalon a donné lieu aux unités terminologiques *bretelles spaghetti* et *jean cigarette* ou *pantalon cigarette*. Le substantif *aiguille* véhicule la forme effilée des *talons aiguille*, la *jupe boule* évoque l'aspect rond de par la métaphore de la sphère, alors que le terme *jupe corolle* s'appuie sur l'image des pétales des fleurs pour décrire la forme large de ce modèle de jupe. Encore, les métaphores *lunettes de soleil mouche*, *lunettes papillon*, *nœud papillon*, *pantalon patte d'éléphant* et *taille de guêpe* expriment la forme des vêtements et des accessoires grâce aux analogies visuelles qu'elles établissent avec le monde animal. Sur la base des cas identifiés, cinq domaines-sources principaux sont reconnaissables¹ :

- les objets de la vie quotidienne : *boule*, *cabas*, *jean cigarette*, *pantalon cigarette*, *sac seau*, *sac transistor*, *talon aiguille* ;
- le domaine zoomorphique : *lunettes de soleil mouche*, *lunettes papillon*, *nœud papillon*, *pantalon patte d'éléphant*, *taille de guêpe* ;
- le domaine botanique : *jupe corolle*, *robe tulipe* ;
- le domaine alimentaire : *banane*, *bretelles spaghetti*, *sac baguette* ;
- le domaine anthropomorphique : *ballerine*, *minaudière*.

Ces exemples semblent confirmer que la métaphore « ne concerne pas uniquement une question de langage mais relève essentiellement d'une structure conceptuelle » et qu'elle représente « un instrument indispensable à la cognition et à la dénomination » (OLIVEIRA 2005 : 84). Le mécanisme cognitif qui entre en jeu s'appuie sur le transfert sémantique d'un domaine-source, qui est généralement lié aux sphères de la vie quotidienne, au domaine-cible, notamment grâce à la représentation visuelle du phore qui contribue à une meilleure compréhension intellectuelle (OLIVEIRA 2009 : 83).

Outre ces métaphores terminologiques, on a répertorié des métaphores rhétoriques, dont le sens ne peut être saisi qu'à travers l'analyse du contexte dans lequel elles sont utilisées. Dans le corpus on a identifié 8 exemples : au niveau syntaxique, il s'agit souvent de métaphores *in praesentia*, où le thème et le phore sont assimilés l'un à l'autre par l'apposition ou la préposition *de*. À titre d'exemple, observons cet extrait consacré à la description d'un défilé :

De l'animal, du végétal, beaucoup de marron, des matières naturelles et de cuir pour la collection Léonard de l'hiver prochain. Une riche palette de couleurs, de contrastes et de drapés pour un look ultra féminin. [...] Le marron et noir. Très wild, naturel et sauvage, le mariage du marron et du noir est inédit et osé. La peau de chèvre apporte une intensité animale aux silhouettes fauves mais discrètes.

Il est possible d'y détecter deux métaphores : en premier lieu, les choix chromatiques de cette collection sont décrits à travers la métaphore nominale à valeur verbale *mariage du marron et du noir*. Une analogie est dressée entre le domaine des couleurs et celui de l'union officielle entre personnes, dans le but de justifier et de promouvoir l'association inédite du marron et du noir. La deuxième métaphore, de type adjectival, est représentée par le syntagme *silhouettes fauves*, où l'on établit une ressemblance entre le thème *silhouettes* et le phore *fauves*, celui-ci étant pourtant ambigu. Cette figure se révèle ambiguë,

parce que l'adjectif peut se référer tant à la couleur ocre et brun rougeâtre des vêtements, comme le montre le diaporama du défilé qui accompagne l'article, quant au monde animal, dont le champ sémantique est construit dans le texte par les éléments *de l'animal, très wild, sauvage, peau de chèvre, intensité animale*. Il résulte que l'emploi métaphorique de l'adjectif *fauve*, même si atténué par l'adjectif final *discrètes*, vise à créer le réseau métaphorique du monde animal appliqué à la collection.

Dans une perspective sémantique, on constate un ample recours à la sphère sensorielle. Premièrement, le sens de la vue est souvent renforcé par la métaphore de la lumière, comme on peut l'observer dans un autre extrait qui décrit les sandales Bamboo de Gucci :

En veau velours orné d'un détail bambou doré, ces sandales délicates à l'allure résolument estivale projettent un halo de lumière sensuelle, pour des vacances placées sous le signe de la volupté. [...] Pour la collection printemps-été 2014, Frida Giannini, directrice artistique de la maison italienne depuis 2004, appose la signature emblématique du sac Bamboo sur des nu-pieds en veau velours noir. Des sandales délicates ornées sur le devant du pied du fameux détail métallique doré reprenant la forme de la tige de bambou, pour une démarche éclairée.

Le texte joue sur le réseau métaphorique de la lumière, évoqué par plusieurs indices : en raison du *détail métallique doré* qui les caractérise, aux sandales est donnée, de par un procédé de personnification, la fonction de *projeter un halo*, action qui est attribuée, dans son sens littéraire, à une source lumineuse ; en outre, l'objet direct *halo* est précisé par le complément *de lumière sensuelle*, qui non seulement explicite la notion d'éclairage mais renforce aussi, par le biais de l'adjectif *sensuelle*, l'évocation du plaisir et des vacances estivales qui s'approchent. La métaphore est reprise également à la fin du texte, lorsqu'on affirme que la démarche de celles qui porteront ces chaussures en résulte *éclairée*.

De surcroît, la dimension sensorielle est exploitée par le biais de métaphores synesthésiques, souvent construites autour des sens de la vue et de l'ouïe. Examinons ces deux textes tirés de la rubrique *Le sac du weekend* de « Vogue » :

Le sac transistor de Charlotte Olympia

Alors que la fête de la musique a lieu demain soir, voici un joli clin d'œil mode aux fameux postes de radio rétro, pour mélomanes ou simplement coquettes en quête d'accessoires ludiques. Que l'on soit classique, rock, disco ou plutôt techno, voici un sac transistor signé Charlotte Olympia, au bon tempo mode.

En veau velours ocre frangé, le sac seau de Saint Laurent allie influences western et hippie, pour vibrer au tempo du Grand Ouest Américain, ou de la musique des plus grands festivals de l'été.

La description des sacs du moment, le *sac seau* de Saint Laurent et le *sac transistor* de Charlotte Olympia, se constitue autour du thème de la musique. Le premier extrait est consacré à un nouveau modèle de sac, dénommé *transistor* suite à un procédé métaphorique qui établit une relation entre la forme de cet accessoire de mode et un récepteur radio. La fonction *docere* fondée sur l'analogie formelle est alors en jeu ; d'ailleurs, la relation métaphorique est reprise par le syntagme *au bon tempo mode*, qui semble véhiculer les sentiments positifs, mis en relief par l'adjectif *bon*, associés à la musique. Dans le deuxième extrait, on peut identifier une métaphore dans la métaphore : en effet, à partir du syntagme nominal *sac seau*, en l'occurrence une catachrèse, est construite une métaphore *in absentia*, qui crée un rapprochement de ce sac à l'influence western et aux rythmes musicaux : ainsi le verbe *vibrer* accompagné du complément *au tempo* est-il attribué au sac, en lui conférant les propriétés d'un instrument musical. Ces termes empruntés à la musique se chargent d'une valeur appréciative : le plaisir et la joie que donne la musique, cet aspect-ci étant en principe partagé avec le lecteur, sont transférés au sac afin d'inciter le public à l'achat des produits.

L'incitation à la *praxis* est évidente dans les cas analysés, d'autant plus si l'on considère la spécificité des magazines de mode, dont une composante fondamentale est sa dimension commerciale. Outre les pages destinées à la publicité, les articles de presse mettent en œuvre des stratégies publicitaires implicites : en décrivant les tendances principales, les looks des célébrités, les mannequins, les nouveautés des maisons et les pièces du moment, les textes ont pour mission d'orienter le public vers certains produits et de les inviter à l'achat (MANGA 2010 : 288) :

Afin de communiquer auprès des lectrices tout en évitant le matraquage publicitaire, les marques et les magazines féminins se sont associés pour insérer les messages publicitaires différemment. Ils sont dorénavant intégrés au contenu rédactionnel des magazines. Il existe différentes formes d'articles apparaissant comme des articles mais qui mettent fortement en avant certaines marques. Un exemple de type d'insertion presse où la présence des marques est beaucoup plus implicite : les pages *défilés* ou des *shootings*. Celles-ci ont pour ambition de faire rêver et de rendre le rêve accessible. Dans ces pages, les magazines proposent des marques et des produits afin de reprendre les looks des podiums des défilés de mode à des budgets moindres.

Il résulte que la figure de la métaphore contribue de manière efficace à la réalisation des stratégies commerciales et publicitaires de la part de la presse de mode. Dans les exemples analysés, l'incitation à l'achat des produits est mise en place par plusieurs mécanismes métaphoriques : l'évocation de la sphère sacrée du mariage semble encourager le désir du public d'acheter les vêtements aux couleurs marron et noir ; le réseau métaphorique du monde animal doit susciter l'intérêt pour les tenues à l'aspect *fauve* ; finalement, l'appel aux sentiments positifs associés à l'élément de la lumière et de la musique vise à attirer l'attention sur les nouveaux modèles de chaussures et de sacs.

3. Une piste de réflexion ouverte

Le langage de la mode se caractérise par une grande variété disciplinaire et par l'ampleur des perspectives auxquelles son étude donne lieu. Comme Zanola l'affirme (2012 : 150):

Raconter les mots de la mode ouvre les portes à plusieurs mondes thématiques et met en contact avec de nombreux savoirs encyclopédiques relatifs aux personnes (couturiers et créateurs), aux métiers (modistes, chapeliers, parfumeurs, etc.), aux professionnels de la communication, aux tissus, aux accessoires, aux mouvements de la mode et aux associations.

Parmi les approfondissements possibles figure celui de la métaphore : même si peu étudiée dans ce domaine spécialisé, la métaphore permet de dégager d'importantes réflexions, dont nous n'avons proposé qu'une piste. L'analyse a été effectuée à partir des deux magazines de mode « Elle » et « Vogue », avec la conviction que ce type de presse représente un milieu privilégié non seulement pour reconstruire le lexique du vêtement, mais aussi pour déceler les stratégies publicitaires et commerciales sous-jacentes au secteur de la mode et, par conséquent, au discours qui l'exprime. Une classification des métaphores en métaphores terminologiques et métaphores rhétoriques a été établie, afin de mettre en relief les traits syntaxiques et sémantiques et les fonctions de chacune. Quant au premier type, on a relevé, au préalable, l'abondance de métaphores terminologiques ; il s'agit tant de termes simples que d'unités terminologiques complexes, issues d'un procédé d'apposition ou par l'intermédiaire de la préposition *de*. Les exemples réunis montrent que le thème et le phore sont associés sur la base d'une analogie formelle qui donne lieu à des métaphores visuelles chargées d'une valeur heuristique. Cinq domaines-sources peuvent être identifiés : le domaine zoomorphique (par exemple *nœud papillon*, *pantalon patte d'éléphant*), le domaine botanique (*jupe corolle*, *robe tulipe*), les objets de la vie quotidienne (de *boule* à *pantalon cigarette*, de *sac seau* à *talon aiguille*), le domaine alimentaire (*banane*, *bretelles spaghetti*, *sac baguette*), le domaine anthropomorphique (*minaudière*, *ballerine*).

Pour ce qui est des métaphores rhétoriques, on repère, au niveau syntaxique, des métaphores *in praesentia* et *in absentia* et, au niveau sémantique, le recours à plusieurs domaines, tous chargés d'une valeur appréciative : de la sphère sacrée du mariage au thème de la lumière. En outre, les métaphores synesthésiques ont le but d'associer le sens de la vue, à savoir la description des tenues vestimentaires, à celui de l'ouïe par l'évocation du plaisir de la musique. Bien que la fonction *docere* ne soit pas absente dans ce type de métaphore, elle se caractérise notamment par l'incitation praxéologique à l'achat des produits : la métaphore devient ainsi une stratégie linguistique au service des logiques commerciales et publicitaires de la presse de mode.

Bibliographie

J. Ph. ASSAL, « La métaphorisation terminologique », *Terminologie et traduction*, n. 2, 1994, p. 235-242.

-
- R. BARTHES, *Système de la mode*, Paris, Editions du Seuil, 1967.
- E. BORDAS, *Les chemins de la métaphore*, Paris, PUF, 2003.
- M. CATRICALA, « Linguaggio della moda », in AA.VV. (eds) *Enciclopedia dell'Italiano*, Treccani, 2011, [http://www.treccani.it/enciclopedia/linguaggio-della-moda_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/linguaggio-della-moda_(Enciclopedia-dell'Italiano)/) (dernière consultation: juin 2014).
- J. GARDES TAMINE, *Au cœur du langage. La métaphore*, Paris, Champion, 2012.
- J. GARDES TAMINE, « Les métaphores lexicalisées dans la langue et dans les langues de spécialité : un obstacle à la compréhension », *Synergies Italie*, n. 3, 2007, p. 13-19.
- A. GIAUFRET, M. ROSSI, « Métaphores terminologiques, circulation des savoirs et contact entre langues », *Signes, Discours et société*, n. 10, *La métaphore dans les discours spécialisés*, février 2013 <http://www.revue-signes.info/sommaire.php?id=2921>, (dernière consultation: juin 2014).
- Grand Dictionnaire Terminologique*, Office québécois de la langue française, <http://www.granddictionnaire.com/> (dernière consultation: juin 2014).
- G. LAKOFF, M. JOHNSON, *Metaphors we live by*, Chicago, Chicago University Press 1980.
- X. MANGA, *La captation de la jeune clientèle en matière de mode : Le cas D'H&M et ZARA*, Thèse de doctorat, Université Paul Verlaine Metz, 2010, <http://docnum.univ-lorraine.fr/public/UPV-M/Theses/2010/Manga.Xavier.LMZ1025.pdf>
- I. OLIVEIRA, *Nature et fonction de la métaphore en science*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- I. OLIVEIRA, « La métaphore terminologique sous un angle cognitif », *Meta : journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, vol. 50, n. 4, p. 83-104.
- M. PRANDI, M. ROSSI, « Les métaphores dans la création de terminologie », in AA.VV. (eds) *Terminologie : textes, discours et accès aux savoirs spécialisés*, Actes du colloque de Gênes, Brest, GLAT, 2012, p.7-19.
- B. REMAURY, L. KAMITSIS (eds), *Dictionnaire international de la mode*, Paris, Editions du Regard, 2004.
- P. RICŒUR, *La métaphore vive*, Paris, Editions du Seuil, 1975.
- P. ROBERT, A. REY, J. REY-DEBOVE (eds), *Le Nouveau Petit Robert*, Paris, Dictionnaires Le Robert, 2008.
- M. ROSSI, « Métaphores terminologiques : fonctions et statut dans les langues de spécialité », *SHS Web of Conferences*, Vol. 8, 2014, 4e Congrès Mondial de Linguistique Française, http://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/05/shsconf_cmlf14_01268.pdf .
- M. ROSSI, « Terminologies et comparaison interculturelle : évolutions de quelques métaphores conceptuelles dans le domaine du droit de la famille », *Publifarum*, n. 18 *Lingua e Diritto. La Lingua della Legge, la Legge nella Lingua*, 2013, http://publifarum.farum.it/ezine_articles.php?id=255 (dernière consultation: juin 2014).
- S. SONINA, *Dénomination terminologique : exemple d'un corpus vestimentaire*. Toronto, Le Net des Études françaises, 2007, <http://www.etudes-francaises.net/dossiers/sonina/> (dernière consultation: juin 2014).
- S. SONINA, « L'importance des sources informatiques dans l'étude de la terminologie de la mode: la liste exhaustive, aujourd'hui et il y a vingt ans », in AA.VV. (eds), *Les études françaises valorisées par les nouvelles technologies d'information et de communication*, Actes du colloque de l'University of Toronto, 12-13 mai 2000, <http://www.etudes-francaises.net/colloque/sonina.htm> (dernière consultation: juin 2014).
- S. VANDAELE, « Approche cognitive de la traduction dans les langues de spécialité : vers une systématisation de la description de la conceptualisation métaphorique », *Meta : journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, vol 50, n. 2, p. 415-431.
- M.T. ZANOLA, *La mode et ses mots: terminologie, traduction et savoirs encyclopédiques*, in AA.VV. (ed.) *Itinerari di culture*, Napoli, Loffredo, 2012, p. 149-156.

Notes

[? 1](#) Des procédés métaphoriques similaires se retrouvent dans le lexique italien de la mode, ainsi que le rappelle Catricalà : « Le metafore possono essere classificate in base al dominio interessato: artefatti (manica a palloncino, pigiama palazzo); commestibili (abito a uovo); piante (abito tulipano, gonna a corolla, manica a calla); fenomeni naturali (abiti a onde, ad arcobaleno, a cascate); animali (pantaloni a zampa d'elefante, tasca canguro; con allitterazione gilet giraffa, [...] » (CATRICALÀ, 2011).

Pour citer cet article :

Maria Francesca BONADONNA, *Le tissage des métaphores dans les revues de mode*, Les avatars de la métaphore,

Publifarum, n. 23, pubblicato il 2015, consultato il 24/05/2019, url: http://publifarum.farum.it/ezine_pdf.php?id=309