

Rémi DIGONNET

MÉTAPHORE
ET OLFACTION :
UNE APPROCHE
COGNITIVE



PARIS
HONORÉ CHAMPION ÉDITEUR
2016

www.honorechampion.com

TABLE DES MATIÈRES

UNE ODEUR DE MÉTAPHORE	9
-------------------------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

DES ODEURS ET DES MOTS	21
-------------------------------------	----

CHAPITRE 1

ODEUR ET LANGAGE	25
-------------------------------	----

1.1 PHILOSOPHIE ET OLFACTION	27
---	----

1.1.1 LA PLACE DE L'ODORAT EN PHILOSOPHIE	27
---	----

1.1.2 LES PHILOSOPHES FACE À L'ODEUR	29
--	----

1.1.3 L'ODEUR DANS LA SOCIÉTÉ	33
-------------------------------------	----

1.1.3.1 Une brève histoire olfactive	33
--	----

1.1.3.2 L'ignorance de l'odeur	38
--------------------------------------	----

1.1.3.3 Le poids de l'odeur	40
-----------------------------------	----

1.1.3.4 Le silence de l'odeur	44
-------------------------------------	----

1.2 LITTÉRATURE ET OLFACTION	47
---	----

1.2.1 (D)ÉCRIRE UNE ODEUR	47
---------------------------------	----

1.2.2 VERS UNE LITTÉRATURE OLFACTIVE ?	49
--	----

1.2.3 LES ÉCRIVAINS DE L'ODEUR	53
--------------------------------------	----

1.3 PHYSIOLOGIE ET OLFACTION	60
---	----

1.3.1 PERCEPTION D'UNE ODEUR	60
------------------------------------	----

1.3.2 IDENTIFICATION D'UNE ODEUR	63
--	----

1.3.3 RÉACTION PAR RAPPORT À UNE ODEUR	67
--	----

CHAPITRE 2	
ODEUR ET DISCOURS	71
2.1 LA TRIADE OLFACTIVE	72
2.1.1 LE NEZ	72
2.1.2 SENTIR	73
2.1.3 L'ODEUR	74
2.2 APPROCHE LEXICALE	75
2.2.1 LE STATUT DE L'OLFACTION PARMIS LES AUTRES SENS	76
2.2.2 PERSPECTIVE QUALITATIVE (MORPHOSYNTAXE ET SYNONYMIE)	77
2.2.3 PERSPECTIVE QUANTITATIVE (<i>SMELL, ODOUR, SCENT</i>)	79
2.3 APPROCHE SÉMANTIQUE	80
2.3.1 VERS UNE CATÉGORISATION DES ODEURS?	80
2.3.2 CATÉGORISATION OU GRADATION DE L'ODEUR?	82
2.3.2.1 Odeur vs. odorant	82
2.3.2.2 Qualité olfactive	84
2.3.2.3 Quantité olfactive	92
2.3.3 SÉMANTIQUE DU PARFUMEUR: BABÉLISME AVÉRÉ?	95
2.4 APPROCHE SYNTAXIQUE	96
2.4.1 TRANSITIVITÉ / INTRANSITIVITÉ	96
2.4.2 AGENTIVITÉ / NON-AGENTIVITÉ	98
2.4.2.1 Perception et agentivité	100
2.4.2.2 Émission et non-agentivité	100
2.4.3 CAS COPULE	101
2.5 APPROCHE RHÉTORIQUE	103
2.5.1 ODEUR ET MÉTONYMIE (MÉTONYMIE DE TYPE 1)	103
2.5.2 ODEUR ET SYNECDOQUE (MÉTONYMIE DE TYPE 2)	106
2.5.3 ODEUR ET SYNESTHÉSIE (MÉTAPHORE INTERSENSORIELLE)	108
2.5.4 ODEUR ET PERSONNIFICATION (MÉTAPHORE ANTHROPOMORPHIQUE)	112

DEUXIÈME PARTIE	
MÉTAPHORE PERCEPTIVE	117
CHAPITRE 3	
ÉCART – TRANSPORT	121
3.1 PORT, SUPPORT, TRANSPORT DE L’ODEUR	122
3.2 MÉTAPHORE ET SUBSTITUTION	125
3.2.1 MÉTAPHORE ET CATACHRÈSE : UN CONTINUUM?	128
3.2.2 TRANSPORT DE CONCRET DANS L’ABSTRAIT	132
3.3 LE TRAJET MÉTAPHORIQUE DE L’ODEUR	134
3.3.1 DÉPLACEMENTS OLFACTIFS	134
3.3.2 POURSUITE ET DÉRIVE DE L’ODEUR	137
CHAPITRE 4	
IMITATION – RESSEMBLANCE	141
4.1 MIMESIS ET MÉTAPHORE	142
4.2 MÉTAPHORE ET ANALOGIE	144
4.2.1 MÉTAPHORE ET COMPARAISON : UNE RESSEMBLANCE? ..	147
4.2.2 MÉTAPHORE ET POLYSÉMIE	151
4.3 LA MATIÈRE MÉTAPHORIQUE DE L’ODEUR	154
4.3.1 ODEUR AQUATIQUE	154
4.3.2 ODEUR AÉRIENNE	156
CHAPITRE 5	
INTERACTION – DÉLIMITATION	159
5.1 FRONTIÈRES OLFACTIVES	160
5.2 MÉTAPHORE ET INTERACTION	162
5.2.1 MÉTAPHORE ET MÉTONYMIE : UNE FRONTIÈRE?	164
5.2.2 MÉTAPHORE ET CONTEXTE	167
5.3 SPATIALITÉ ET TEMPORALITÉ DE L’ODEUR	170
5.3.1 REPÈRES SPATIAUX	172
5.3.2 REPÈRES TEMPORELS	174

CHAPITRE 6	
EXPÉRIENCE – CRÉATION	177
6.1 DE L’ODEUR AU PARFUM	178
6.2 MÉTAPHORE ET COGNITION	183
6.2.1 EXPÉRIENCE <i>VS.</i> CRÉATION	188
6.2.2 CRÉATION, EXPÉRIENCE, RECYCLAGE	190
6.3 CARACTÈRE ONTOLOGIQUE DE L’ODEUR	192
6.3.1 DISCRÉTISATION DE L’ODEUR	192
6.3.2 PARTITIONNEMENT DE L’ODEUR	193

CHAPITRE 7	
POUVOIR – ACTION	197
7.1 LES POUVOIRS DE L’ODEUR	198
7.2 MÉTAPHORE ET PERSUASION	200
7.2.1 L’AGIR MÉTAPHORIQUE	201
7.2.2 POUVOIRS ET DÉRIVES DE LA MÉTAPHORE	203
7.2.2.1 Pouvoir cognitif	203
7.2.2.2 Pouvoir de séduction	205
7.2.2.3 Dérive mensongère	207
7.2.2.4 Dérive discriminatoire	209
7.3 POUVOIRS MÉTAPHORIQUES DE L’ODEUR	211
7.3.1 ARCHÉTYPE DU POISON	212
7.3.2 ARCHÉTYPE DU REMÈDE	215

TROISIÈME PARTIE	
PERCEPTIONS MÉTAPHORIQUES	223

CHAPITRE 8	
PERCEPTION NÉGATIVE	227
8.1 MÉTAPHORES OLFACTIVES NÉGATIVES	228
8.1.1 ODORAT : UN SENS MARQUÉ NÉGATIVEMENT	229

8.1.2	DU NÉGATIF AU NÉGATEUR	232
8.1.2.1	<i>Add only a smell of garlic</i>	233
8.1.2.2	«L'argent n'a pas d'odeur»	234
8.1.3	CONNOTATIONS NÉGATIVES DES MÉTAPHORES OLFACTIVES	237
8.1.3.1	Négation au niveau lexical	238
8.1.3.2	Négation du lien prédicatif	239
8.2	MÉTAPHORE ET NÉGATION	242
8.2.1	DÉFINITION NÉGATIVE DE LA MÉTAPHORE	242
8.2.2	LA MÉTAPHORE NIÉE	246
8.2.3	LA MÉTAPHORE CONTRADICTOIRE	249
8.3	MÉTAPHORES OLFACTIVES : VERS UNE VISÉE DÉVALORISANTE ?	252
8.3.1	IGNORANCE <i>VS.</i> CONNAISSANCE	252
8.3.2	SUSPICION – DANGER	255
8.3.3	DÉSFFECTON – REJET	257
 CHAPITRE 9 		
	PERCEPTION APPROXIMATIVE	265
9.1	APPROXIMATION DES MÉTAPHORES OLFACTIVES	266
9.1.1	IMPRÉCISIONS OLFACTIVES	266
9.1.2	IMPRÉCISIONS DISCURSIVES	268
9.1.3	MÉTAPHORES OLFACTIVES D'APPROXIMATION	271
9.2	MÉTAPHORE ET APPROXIMATION	273
9.2.1	DÉTOUR, DÉRIVE, DÉVIANCE	273
9.2.2	IMPRÉCISION, CONFUSION, CONFLIT	277
9.2.3	ÉNONCER LE FLOU, ÉNONCER LE FAUX	281
9.3	DE L'APPROXIMATION À LA PROXIMITÉ	284
9.3.1	PROXIMITÉ(S) AU SEIN DES MÉTAPHORES OLFACTIVES	285
9.3.2	LE FLAIR : DE L'INVESTIGATION À LA DÉTECTION	287
9.3.3	MÉTAPHORES DE L'INTIME	291

CHAPITRE 10	
PERCEPTION INTÉGRATIVE	295
10.1 MÉLANGES ET MÉTAPHORES OLFACTIVES	296
10.1.1 MÉLANGES OLFACTIFS	296
10.1.2 L'ODEUR AU SINGULIER	298
10.1.3 ODEURS, MÉLANGES ET MÉTAPHORES	300
10.2 CARACTÈRE INTÉGRATIF DE LA MÉTAPHORE	304
10.2.1 BIPOLARISATION, INTERSECTION, INTÉGRATION	304
10.2.2 DE LA THÉORIE DE LA MÉTAPHORE CONCEPTUELLE À LA THÉORIE DE L'INTÉGRATION CONCEPTUELLE	307
10.2.2.1 La théorie de la métaphore conceptuelle appliquée au sens de l'odorat	307
10.2.2.2 La théorie de l'intégration conceptuelle appliquée à «l'odeur de sainteté»	313
10.2.3 DE L'INTÉGRATION À L'INTÉGRITÉ MÉTAPHORIQUE	318
10.3 INTÉGRATION CONCEPTUELLE ET MÉTAPHORES OLFACTIVES	319
10.3.1 UNE MÉTAPHORE OLFRACTIVE CONVENTIONNELLE À L'ÉPREUVE DE LA THÉORIE DE L'INTÉGRATION CONCEPTUELLE	319
10.3.1.1 <i>Be in ill odour</i>	319
10.3.1.2 Trois principes fondamentaux de l'espace intégrant	321
10.3.2 UNE MÉTAPHORE OLFRACTIVE INNOVANTE À L'ÉPREUVE DE LA THÉORIE DE L'INTÉGRATION CONCEPTUELLE	322
10.3.2.1 «L'odeur est un linceul»	322
10.3.2.2 Les principes d'optimalité	325
10.3.3 ÉTUDE D'UNE MÉTAPHORE FILÉE À L'ÉPREUVE DE LA THÉORIE DE L'INTÉGRATION CONCEPTUELLE	327
10.3.3.1 Un exemple de métaphore filée	327
10.3.3.2 Limites de la théorie de la métaphore conceptuelle	328
10.3.3.3 Présentation du réseau d'intégration	330
10.3.3.3.1 <i>Projections trans-spatiales</i>	330
10.3.3.3.2 <i>Espace intégrant et structure émergente</i>	332

10.3.3.4 Principes d'optimalité	335
10.3.3.5 Thématization	336
10.3.3.6 Mises en parallèle	337
10.3.3.7 Traduction	338
10.3.3.8 Spécificités de la métaphore	340
CONCLUSION	343
AVERTISSEMENT LIMINAIRE	349
BIBLIOGRAPHIE DES OUVRAGES UTILISÉS DANS LE CORPUS	350
BIBLIOGRAPHIE	351
INDEX DES TERMES ET NOTIONS	375
INDEX DES AUTEURS	383
TABLE DES EXEMPLES	389
TABLE DES FIGURES ET DES TABLEAUX	401
TABLE DES MATIÈRES	403