



GERFLINT

ISSN 1951-6088

ISSN en ligne 2260-653X

# La métaphore conceptuelle dans les langues de spécialité : enjeux terminologiques et linguistiques de son emploi dans l'analyse organoleptique de l'huile d'olive (français-espagnol)

**Francisco Luque Janodet**

Universidad de Córdoba, Espagne

francisco.luque@uco.es

<https://orcid.org/0000-0001-5694-3233>

Reçu le 30-06-2021 / Évalué le 10-09-2021 / Accepté le 23-11-2021

## Résumé

L'huile d'olive est un produit peu étudié par la linguistique et la terminologie, malgré son importance socioculturelle et économique indéniable dans les pays du bassin méditerranéen. Pour cette raison, le présent article envisage d'analyser les métaphores conceptuelles sous-jacentes dans l'expression des perceptions organoleptiques de l'huile d'olive en espagnol et en français, afin de réfléchir aux enjeux linguistiques et terminologiques que cette figure peut constituer. À partir de la compilation d'un corpus textuel et de son analyse, cette recherche conclut que les métaphores conceptuelles utilisées permettent la transmission d'information lors du processus de dégustation et que la plupart des expressions métaphoriques se constituent en tant que termes hautement spécialisés.

**Mots-clés :** dégustation, huile d'olive, linguistique, métaphore, terminologie

## Conceptual metaphor in specialized languages: terminological and linguistic issues of its use in the organoleptic analysis of olive oil

## Abstract

Olive oil is a product little studied by linguistics and terminology, despite its undeniable socio-cultural and economic importance in the countries of the Mediterranean basin. For this reason, this paper intends to analyse the conceptual metaphors underlying the expression of organoleptic perceptions of olive oil in Spanish and French, in order to reflect on the linguistic and terminological issues that this figure may constitute. From the compilation of a textual corpus and its analysis, this research concludes that the conceptual metaphors used allow the transmission of information during the tasting process and that most of the metaphorical expressions are constituted as highly specialized terms.

**Keywords:** degustation, olive oil, linguistics, metaphor, terminology

## Introduction

L'olivier et sa culture sont deux des éléments caractéristiques du bassin méditerranéen, qui ont accompagné les habitants de différents peuples à travers les siècles.

En fait, comme le souligne Vossens (2007 : 1093), les olives, que nous consommons depuis 5000 à 6000 ans, pourraient être originaires de la côte méditerranéenne orientale, et plus précisément de Turquie, de Syrie, du Liban, de Palestine et d'Israël. Au fil du temps, les études archéologiques ont montré la diffusion de la culture de l'olivier de l'est à l'ouest : Grèce, Égypte, Turquie orientale et, ultérieurement, Sicile, Sardaigne, Italie (probablement par les Grecs), France, Espagne, Portugal, Algérie, Tunisie et Maroc (peut-être grâce aux Phéniciens) (Vossens, 2007 : 1093).

Tout cela a donné lieu, comme on peut le constater, à une importante production scientifique dans le domaine de l'oléiculture et de l'oléotechnie, mais aussi dans l'historiographie et l'archéologie. En définitive, les oliviers et l'huile d'olive ont transformé au cours des siècles le paysage des régions productrices, ainsi que leur économie et leur gastronomie, ce qui a fait de l'huile d'olive un produit d'une grande importance non seulement socioculturelle mais aussi économique. De cette manière, de nombreuses régions ont tenté de protéger leur huile d'olive à travers la création des appellations d'origine ou des indications géographiques. Le Ministère espagnol de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation (2016) reconnaît 29 appellations d'origine protégées (AOP) dans le pays ibérique, la plupart d'entre elles étant concentrées au sud, en Andalousie (12 AOP au total). En France, il existe actuellement huit AOP, comme l'AOP huile d'olive de Nyons. Au Maroc, nous soulignons l'AOC Huile d'olive Tyout-Chiadma, ainsi que neuf indications protégées, comme l'IP Huile d'olive de Monastir, tandis qu'en Tunisie, les efforts de l'administration mobilisés dans ce sens ont donné naissance à l'AOP Huile d'olive Téboursouk.

En ce qui concerne la production de ce produit, d'après les données du Conseil Oléicole International (COI) (2020a), lors de la campagne 2018/2019 (les données de la campagne 2019/2020 sont encore provisionnelles), le principal producteur d'huile de l'Union européenne a été l'Espagne, avec 1789 tonnes, suivie de l'Italie (173 tonnes), de la Grèce (185 tonnes) et du Portugal (100 tonnes). Parmi les pays hors de cette organisation supranationale, le COI (2020b) met en avant la Turquie (193 tonnes), le Maroc (200 tonnes), la Tunisie (140 tonnes) et la Syrie (104 tonnes). Cependant, en dehors de l'arc méditerranéen, il est également possible de trouver d'autres pays producteurs, notamment en Amérique et en Asie, comme l'Argentine (28 tonnes) ou le Chili (18,5 tonnes) (COI, 2020b).

Malgré ce qui précède, les études menées à ce jour dans le domaine de la linguistique, de la philologie, de la traductologie et de la terminologie sont vraiment rares. Nous trouvons des exemples intéressants comme les contributions de Galeote (2015), centrées sur la terminologie de l'oliveraie dans une perspective historico-linguistique. À son tour, cet auteur souligne les contributions de Montoro del Arco et

Roldán Vendrell (2013), et l'ouvrage de *Diccionario de términos del aceite de oliva (inglés, chino y español)*, avec 410 termes en chinois, espagnol et anglais. Dans le domaine de la linguistique cognitive, nous trouvons la contribution d'El Ghalayini et Fendri (2018), concernant les mécanismes métaphoriques dans le lexique de la dégustation d'huile d'olive en espagnol. Ces auteurs ont documenté l'existence des métaphores conceptuelles suivantes dans ce discours spécialisé en espagnol : EL ACEITE DE OLIVA ES UNA PERSONA, EL ACEITE DE OLIVA ES OTRA PLANTA, EL ACEITE DE OLIVA ES UN OBJETO et, finalement, EL ACEITE DE OLIVA ES OTRO ALIMENTO. En anglais, nous trouvons une étude préliminaire réalisée par Tenescu (2018 : 214-217), qui a détecté les métaphores OLIVE OIL IS A HUMAN BEING, OLIVE OIL IS A SEDIMENT OR PARTICULATE MATTER, OLIVE OIL IS A METAL et OLIVE OIL IS MOLD. Cependant, jusqu'à présent, nous n'avons pas trouvé de recherches analysant la métaphore dans cette langue de spécialité en français ni d'études de type contrastif permettant de comparer les expressions métaphoriques et les métaphores sous-jacentes en espagnol et en français.

## 2. Objectifs et méthodologie

L'objectif de cette recherche est d'analyser la terminologie utilisée lors du processus de dégustation de l'huile d'olive extra-vierge en espagnol et en français. Elle vise également à analyser les métaphores conceptuelles qui sous-tendent dans ce discours et à travers lesquelles l'huile d'olive et les perceptions qu'elle procure au dégustateur sont conceptualisées. Par conséquent, nous prendrons comme référence les études précitées d'El Ghalayini et Fendri (2016 : 48). En contrastant les résultats de ces auteurs en espagnol, ainsi que nos propres résultats dans nos deux langues de travail, nous nous proposons de réfléchir sur l'influence de la culture dans ce discours de spécialité, sur les expressions métaphoriques documentées dans les deux langues et l'établissement d'équivalents pour la transmission d'information dans le cadre de cette communication spécialisée.

## 3. Considérations autour du rôle de la métaphore dans les langues de spécialité

La bibliographie scientifique sur la métaphore et la métonymie est particulièrement abondante et se caractérise par son interdisciplinarité. S'il est vrai que les études sur la métaphore remontent à l'antiquité classique (Samaniego Fernández, 1997 : 48), c'est à partir de la seconde moitié du XXe siècle et, surtout, après la publication de *Metaphors we live by* par Lakoff et Johnson en 1980, qu'il y a eu une augmentation significative des études scientifiques et de leurs approches concernant la métaphore dans le discours et la communication humaine ordinaire

et spécialisée. À cet égard, la parution de cet ouvrage (1980), d'après Kövecses (2002 : 10), a montré que :

- 1) les métaphores sont une propriété des concepts et non des mots ;
- 2) leur fonction est de faciliter la compréhension de certains concepts. Par conséquent, l'idée selon laquelle la métaphore n'a que des buts artistiques ou esthétiques est écartée ;
- 3) la métaphore n'est pas toujours basée sur la similarité entre les concepts ;
- 4) La métaphore est utilisée naturellement dans la vie quotidienne par des personnes ordinaires et pas seulement par des personnes dotées d'une capacité ou d'un talent particulier ;
- 5) La métaphore est un processus inévitable de la pensée et du raisonnement humains.

Ainsi, l'augmentation des études sur la métaphore n'a pas seulement servi à accroître les connaissances sur cette figure polyédrique, mais a également été utile pour rendre digne son utilisation dans les discours scientifiques et dans les langues spécialisées en général. Pour des auteurs comme Oliveira (2009 : 69-70), la métaphore est une nécessité en science, une ressource utilisée par les scientifiques pour nommer et produire des connaissances, bien qu'elle ait été traditionnellement considérée comme une figure d'ambiguïté. Cette académicienne semble être d'accord avec De Bustos (2000 : 132), qui affirme que :

*Le domaine des expressions métaphoriques était l'inexact, le dévié référentiellement, l'irrégulier taxonomique : les expressions métaphoriques étaient donc un défaut à éviter dans les formulations scientifiques, censées représenter littéralement la réalité, et étaient typiquement attribuées à des formes discursives dont la finalité communicative était différente, comme la persuasion [...] ou l'émotion [...]¹.*

Pour sa part, Kozar (2015 : 28) a analysé le pouvoir créatif de la métaphore grâce à son potentiel heuristique, car elle permet à l'utilisateur d'accéder immédiatement à des notions abstraites et inconnues des sciences, grâce à l'analogie et à l'interaction de concepts qui agissent de manière suggestive. Pour Kozar (*ibid.*), la métaphore est postulée comme le principal procédé néologique et comme l'un des instruments de la néologie du sens, en raison de ce potentiel cognitif et du fait qu'elle invoque le répertoire lexical du système général de la langue. D'après cet auteur (*ibid.*), cette figure permet également la construction de nouvelles dénominations à partir de formes préexistantes et sémantiquement établies.

En plus d'être utiles dans la création de nouveaux termes, selon Mateo Martínez (2007 : 201), ces figures « s'adaptent facilement aux caractéristiques de n'importe

quelle langue et sont transférées d'une langue à l'autre, parfois au moyen de la métaphore correspondante ou similaire, parfois au moyen d'un calque<sup>2</sup> » et, « il s'agit généralement de métaphores conventionnelles dont il n'est pas nécessaire d'expliquer le sens puisque leur but est, précisément, d'illustrer et de clarifier le terme technique pour un destinataire semi-expert ou profane<sup>3</sup> », ce qui démontre leur potentiel dans la communication scientifique et spécialisée.

À ce point, il faut tenir compte des théories considérant l'existence d'une métaphore dite « terminologique ». Pour Assal (1994 : 23 *apud* Oliveira, 2009 : 71), celle-ci :

*[...] est loin d'être une simple façon de parler, elle est essentiellement une manière de penser. Certes elle est un emprunt imagé, mais une fois que cet emprunt est réinvesti dans une pratique sociale, une fois que sa signification est réglée par les acteurs agissant dans le cadre de cette pratique, elle devient l'expression d'un nouveau concept.*

À partir de ces contributions, Oliveira (2009 : 71) considère la métaphore terminologique comme une « clef linguistique dans les conceptualisations cognitives de l'apprentissage<sup>4</sup> » et qui (*ibid.*) :

*[...] ne constitue en aucun cas un ensemble chaotique et désorganisé, mais suit un ordre déterminé qui doit guider l'étudiant comme une structure conceptuellement nouvelle du domaine d'étude. Plus encore, il s'agit d'une métaphore structurelle qui organise les représentations et les expériences à travers des désignations lexicalisées simples ou complexes qui se propagent dans le temps et l'espace et ont une existence présumée pour la communauté linguistique. De même, l'unité terminologique métaphorique doit s'inscrire dans un cadre conventionnel précis puisqu'elle est régie par un ensemble de schémas conceptuels qu'elle ne peut enfreindre<sup>5</sup>.*

Ainsi, la métaphore terminologique présente une grande utilité lors du processus d'acquisition de l'apprentissage spécialisé et s'intègre dans le discours de spécialité car elle est, d'après Oliveira (*ibid.*), imperceptible et reconnue comme pertinente par la communauté scientifique.

Néanmoins, il faudrait se demander quels éléments motivent la création et la consolidation d'une métaphore et de ses expressions métaphoriques dans une langue et dans un discours de spécialité. Parmi les différents facteurs qui peuvent intervenir dans ces processus, Kövecses (2017 : 53-60) souligne :

- 1) la connaissance des principaux éléments du discours, notamment l'émetteur, le sujet et le récepteur ;
- 2) le contexte linguistique dans lequel se déroule le discours ;
- 3) les discours antérieurs sur le même sujet ; les formes de discours dominantes, l'intertextualité et la cohérence intertextuelle ;
- 4) l'idéologie sous-jacente ;
- 5) l'environnement physique ;
- 6) la situation sociale, comme les relations de pouvoir ou la conception du travail ;
- 7) la situation culturelle ;
- 8) l'histoire ;
- 9) les intérêts et les préoccupations des individus et des groupes.

Ainsi, l'évolution des études en linguistique et en terminologie semble avoir mis en évidence l'importance de cette figure non seulement dans le discours humain ordinaire, mais aussi dans les discours spécialisés et dans les processus de conceptualisation et d'établissement de nouvelles dénominations. Les expressions métaphoriques, comme nous le verrons ci-dessous, seront particulièrement utiles aux dégustateurs d'huile d'olive, pour pouvoir nommer et transmettre de manière objective les perceptions subjectives, olfactives et gustatives, qu'ils éprouvent pendant la dégustation.

#### **4.1. La métaphore dans le discours de la dégustation d'huile d'olive : résultats quantitatifs et discussion**

Une fois cette approche de la métaphore dans les langues spécialisées réalisée, nous procéderons à la présentation des résultats quantitatifs du corpus compilé, après avoir analysé les textes en format TXT (.txt) à l'aide du logiciel AntConc.

Le corpus qui fera l'objet de cette étude est composé de trente documents dans chaque langue. S'il est vrai que la question de la représentativité des corpus suscite des débats dans le domaine de la linguistique, nous considérons que cette quantité, ajoutée à l'amplitude textuelle choisie, sera suffisante dans une étude préliminaire telle que celle que nous proposons. Les trente documents compilés en espagnol ont généré 2265 *word tokens* (numéro total de mots dans le corpus) et 619 *word types* (numéro total de mots sans répétitions). Après avoir introduit au logiciel une *stop word list*, nous avons obtenu 1519 *word tokens* et 561 *word types*. En français, avant l'utilisation de la *stop word list*, le logiciel a calculé 2289 *word tokens* et 646 *word types*. Après cette liste, nous avons 1517 *word tokens* et 578 *word types*. Nous pouvons en déduire que, sur le plan quantitatif, le corpus comparable est très équilibré.

Avant d'analyser la nature du lexique de la dégustation de l'huile d'olive et les éventuelles métaphores qui le sous-tendent, nous devons prendre en compte plusieurs facteurs, tels que la nature, la provenance ou les sources des textes compilés, qui nous permettront d'avoir une perspective panoramique de notre objet d'étude.

Il faut distinguer, d'une part, les textes institutionnels, tels que le Règlement d'exécution (UE) n° 1348/2013 de la Commission du 16 décembre 2013 ou la Méthode d'évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge extra en appellation d'origine du Conseil Oléicole International. Dans ces documents, les dégustateurs ont reçu une série de termes spécialisés et bien définis avec lesquels ils peuvent exprimer leurs perceptions organoleptiques et qui seront utilisés dans les documents et fiches techniques. Cependant, les études sur le vin<sup>6</sup> ont révélé l'existence de deux types de discours de dégustation en fonction de l'émetteur, du récepteur et de la finalité. Planelles Iváñez (2013 : 207), en analysant le discours de la dégustation du vin, observe, d'une part, une série de textes techniques, brefs, avec des nominalisations et caractérisés par la rareté des verbes conjugués, la plupart étant prédicatifs et, d'autre part, les textes de critique œnologique. Ces derniers, selon cette auteure (2013 : 205-209) sont plutôt longs, plus élaborés, avec subordination et utilisation de certains procédés rhétoriques comme la métaphore. Dans le domaine de la dégustation d'huile d'olive, ce même phénomène souligné par Planelles Iváñez (2013) se reproduit. Les principales caractéristiques discursives et textuelles des documents extraits de notre corpus sont :

- 1) Les textes techniques, tels que les fiches techniques, ont tendance à être schématiques. Les informations sont donc bien distribuées et ordonnées, généralement sous forme de tableaux. Ainsi, les textes ne présentent guère de verbes conjugués, l'auteur se référant à la terminologie utilisée par l'Union européenne ou le COI. Par conséquent, la juxtaposition est le procédé grammatical le plus fréquemment utilisé pour joindre les phrases. De même, le degré d'objectivité est maximal, puisque aucune ressource affective n'est utilisée. S'il est vrai que les termes utilisés peuvent sembler subjectifs ou métaphoriques au lecteur profane, ils ont subi un processus de terminologisation.
- 2) Les textes utilisés pour la commercialisation de l'huile d'olive, que l'on trouve sur les sites web et sur l'étiquette des bouteilles, ont tendance à être beaucoup plus descriptifs que les précédents. On y utilise des phrases coordonnées et subordonnées, avec des pronoms relatifs tels que « que », « qui » ou « lequel », ce qui explique aussi leur plus grande longueur. Malgré cela, un bon degré d'objectivité est maintenu, puisque ce discours vise à être objectif.

À la lumière de ces considérations, nous pouvons constater qu'effectivement, le discours de la dégustation de l'huile d'olive présente des variations intralinguistiques en fonction de différents aspects, tels que la finalité ou l'émetteur. Cependant, il serait possible d'approfondir dans sa caractérisation comme une étape préalable à l'analyse du lexique utilisé, ce qui nous permettra, à notre avis, d'avoir une vision panoramique de notre objet d'étude. Afin de procéder à cette analyse, nous prendrons comme base les études de Franco Aixelá (2013) et Gamero Pérez (2001 : 34-42). De cette manière, nous pouvons observer que :

- 1) L'oléotechnie et l'oléiculture sont deux disciplines implantées dans les pays producteurs et qui servent de cadre communicatif à l'existence et à la création de textes oraux et écrits dans lesquels se manifeste ce discours spécialisé.
- 2) Les documents analysés possèdent une structure rigide, car ils comprennent toujours les résultats des trois analyses effectuées (visuelle, olfactive et gustative). Dans le cas des notes de dégustation à des fins commerciales, nous avons observé une tendance à offrir au consommateur une introduction au produit, où sont indiqués des aspects tels que l'histoire du moulin à huile ou les variétés d'olives utilisées. Dans d'autres documents, des propositions ou des recommandations pour l'utilisation dans des aliments chauds ou froids sont offertes.
- 3) L'utilisation de la terminologie spécialisée dans ce genre textuel est évidente.
- 4) L'accent est mis sur l'exposition, la description et l'évaluation. Le registre est formel.
- 5) Le mode est principalement écrit. Cependant, lors des dégustations en groupe, comme c'est le cas dans les ateliers d'initiation ou les concours, le mode oral peut être présent.

Considérés ces éléments, nous nous concentrerons sur les métaphores conceptuelles sous-jacentes et leurs expressions métaphoriques dans la dégustation de l'huile d'olive.

#### **4.2. Considérations linguistiques et terminologiques autour du discours de la dégustation de l'huile d'olive**

Cabré i Castellví (1993 : 139) considère que le sujet d'un texte spécialisé nécessite d'un apprentissage spécialisé, ce qui explique que les locuteurs moyens de la langue ne soient pas capables de décrire avec précision les caractéristiques organoleptiques du produit objet d'étude. Cependant, ce qui est vraiment intéressant dans les contributions de cette auteure (*ibid.*), c'est qu'elle reconnaît que les discours spécialisés peuvent présenter des variations, en fonction des circonstances communicatives



et des utilisations faites par les locuteurs. Par exemple, en fonction de la relation entre l'émetteur et le récepteur du texte écrit ou oral, le type de communication et, surtout, son degré de spécificité, peut varier. À cet égard, la proposition de Durán Muñoz et del Moral Álvarez (2014 : 48-49) concernant le discours agroalimentaire en général nous semble très éclairante et adaptable à notre objet d'étude :

- 1) Communication expert-expert (*expert-expert communication*), c'est-à-dire entre dégustateurs, oléiculteurs ou experts en technologie de l'huile d'olive. Pour ces auteurs (2014 : 48), cette communication est hautement spécialisée et utilise un vocabulaire très précis partagé par les deux parties.
- 2) Communication entre expert et initié (*expert to initiates*), destinée à des destinataires ayant moins de connaissances que l'émetteur (non-experts, consommateurs, étudiants ou novices). Par conséquent, des explications éventuelles de la terminologie seront nécessaires.
- 3) la communication entre (semi-)expert et profane (*relative-expert to the uninitiated*), où il n'est pas possible de présupposer des connaissances spécialisées des deux côtés. Dans ce contexte, l'utilisation de la terminologie sera imprécise et limitée.

Ainsi, le niveau de spécificité et de spécialisation de chaque discours dépendra des facteurs mentionnés ci-dessus. Il convient également de souligner les tentatives d'homogénéisation du vocabulaire utilisé dans la dégustation de l'huile d'olive, tant par l'Union européenne comme par le COI. À titre d'illustration, nous présentons les paires de termes suivantes, extraites de la Méthode d'évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge extra en appellation d'origine (COI, 2005): *agrumes/cítricos, amande/almendra, amer/amargo, camomille/camomila, doux/dulce, eucalyptus/eucalipto, feuille de figuier/hoja de higuera, feuille de l'olivier/hoja de olivo, fleurs/flores, fluidité/fluidez, fluité mûr/frutado maduro, fruité vert/frutado verde, fruits exotiques/frutas exóticas, fruits rouges/frutas del bosque, herbe/hierba, herbes aromatiques/hierbas aromáticas, noix/nuez, pignon/piñón, piquant/picante, poivre vert/pimienta verde, poivron/pimiento, pomme/manzana, tomate/tomate, vanille/vainilla, vert/verde.*

De sa part, l'Union européenne (2013) propose les paires de termes suivants pour la dégustation et l'analyse organoleptique de l'huile d'olive extra vierge : *chômé/atrojado, moisi-humide/moho-humedad, lies/borras, vineux-vinaigré/avinado-avinagrado, métallique/metálico, rance/rancio, cuit/cocido, foin-bois/heno-madera, grossier/basto, lubrifiants/lubricante, margines/alpechín, saumure/salmuera, sparte/esparto, terre/tierra, ver/gusano, concombre/pepino, brûlé/quemado, bois humide/madera húmeda.*

L'étude de notre corpus textuel a révélé que la nomenclature internationale du COI et de l'Union européenne a été utilisée dans les textes analysés. Toutefois, à de nombreuses reprises, cette nomenclature a été nuancée. Par exemple, pour le terme *almendra*, nous avons trouvé les variantes *almendra verde* et, dans ce même champ sémantique, *alloza*. En français, *amande* présente les variantes *amande fraîche* et *amande verte*. De même, alors qu'en espagnol nous n'avons trouvé que le terme *alcachofa*, dans notre corpus français nous avons documenté les variantes *artichaut cru*, *artichaut cuit* et *artichaut violet*. Il en va de même pour le terme *fruits*. La nomenclature du COI indique expressément que les termes composés *frutado maduro/fruité mûr*, *frutado verde/fruité vert*, *frutas exóticas/fruits exotiques* et *frutas del bosque/fruits rouges* peuvent être utilisés. En revanche, notre corpus renvoie en espagnol les termes *frutal*, *frutas en sazón*, *frutas frescas* et, en français, *fruits confits*, *fruits frais*, *fruits secs*. À cela s'ajoutent, bien sûr, toutes les possibles références aux fruits et légumes évoqués par un dégustateur (*abricot*, *beurre* et *beurré*, *cassis*, *champignon*, *champignon de Paris*, *levain*, *pain au levain*, *pâtisserie*). En espagnol, nous avons documenté *tomate*, *cáscara de plátano verde*, *habas verdes*, *productos de la huerta*, entre autres.

Dans ce lexique, nous avons pu observer la grande influence de la culture sur le discours de la dégustation. Dans le domaine de la dégustation de vin, Falgueras (2016) rappelle que les dégustateurs doivent créer un bagage personnel à partir de la mémorisation des odeurs et des saveurs qu'ils évoquent dans le processus de dégustation et qui apparaîtra reflété dans leur discours. Ces références aux aliments caractéristiques d'une région ont été documentées, fondamentalement, en français, à partir des termes tels que *beurre*, *beurre frais*, *beurré*, *cassis*, *champignon de Paris*, *myrte* et *ciste*. Ainsi, la gastronomie et l'environnement dans lequel vit le dégustateur sont d'une importance capitale lorsqu'il s'agit d'exprimer, au moyen d'expressions métaphoriques, les perceptions olfactives et gustatives ressenties lors de la dégustation.

Toutefois, il convient de se demander quels domaines cibles ont pu être utilisés dans le corpus pour exprimer ces perceptions. Dans notre analyse, nous avons détecté les suivants :

### 1. Êtres humains

En règle générale, les humains ont tendance à utiliser des domaines source et cibles d'origine anthropomorphique, car nous considérons notre corps comme un bon point de référence à partir duquel faire des comparaisons (Lakoff, Johnson, 1980). Par souci de clarté, nous diviserons les expressions métaphoriques en :

- 1) Métaphores anthropomorphiques concernant l'âge, telles que *aceituna madura*, *maduración temprana*, et *maturité avancée*, sous lesquelles sous-tendent les métaphores l'olive est un être vivant et la aceituna es un ser vivo.
- 2) Métaphores anthropomorphiques concernant l'apparence, à partir de l'utilisation de termes et d'adjectifs tels que *aspecto*, *con cuerpo*, *nariz*, *boca* ou *élégant*. Dans ce cas, nous trouvons la métaphore l'huile d'olive est un être humain et el aceite de oliva es un ser humano, en même temps liée à la métaphore l'huile d'olive est un être vivant/el aceite de oliva es un ser vivo.
- 3) Métaphores anthropomorphiques concernant la personnalité, manifestées à partir d'expressions métaphoriques telles que *grossier*, *raffinée*, *avoir du caractère*, *caractère*, *contemporaine*, *dominant et dominé*. En espagnol, nous avons documenté *basto*, *carácter*, *con personalidad*, *prudente*, *tener acento* et *tener personalidad*.

Ces expressions métaphoriques concernent également les verbes utilisés pour exprimer des actions qui ne pourraient être réalisées que par des êtres humains, comme par exemple *accompagner*, *avoir la capacité de*, *développer*, *être à l'image de*, *plaire*, *posséder*, *présenter*, *s'accorder*, *s'ajouter*, *se marier* et *trancher*. En espagnol, nous avons trouvé *acusar*, *dejar paso*, *mostrar*, *permitir*, *poseer*, *presentar*, *recordar*, *regalar*, *ser ajeno* et *tener reminiscencias*.

## 2. Animaux

Dans le Règlement (CE) n° 640/2008 de la Commission du 4 juillet 2008 modifiant le règlement (CEE) no 2568/91, nous avons détecté l'expression métaphorique *ver/gusano*, inscrite dans la métaphore conceptuelle L'HUILE D'OLIVE EST UN ANIMAL/EL ACEITE DE OLIVA ES UN ANIMAL.

## 3. Objets

Le domaine cible OBJET présente une grande productivité dans le discours de la dégustation de l'huile d'olive. Cependant, nous pensons qu'il s'agit d'une notion un peu vague qui pourrait être précisée si nous analysons notre corpus plus en détail. De cette façon, nous avons pu observer que, dans la métaphore conceptuelle l'huile d'olive est un objet, nous avons documenté les métaphores suivantes :

L'huile d'olive est un objet tridimensionnel/el aceite de oliva es un objeto tridimensional, manifesté en termes tels que *brûlé/quemado*, *sparte/esparto*, *lubrifiant/lubricante*, *métallique/metálico*, ainsi que *pointe (une pointe de)*. De même, les adjectifs *estructurado* et *equilibrado* en espagnol et *ample* en français pourraient se classer dans la métaphore l'huile d'olive est un bâtiment/el aceite de oliva es un edificio.

L'huile d'olive est un vêtement, car nous avons documenté les mots *robe* en français et *ribete* en espagnol.

L'huile d'olive est un aliment, manifestée à travers des adjectifs tels que *amer/amargo*, *cuit/cocido*, *piquant/picante*, *pomme/manzana*, *onctueux/untuoso*, *douce/dulce*, *sucrée/azucarado*, *vinaigré/avinagrado*, *vineux/avinado*. Dans ce cas, il faudrait ajouter toutes les références aux aliments et nourritures documentées dans les corpus et que nous avons indiqué ci-dessus.

L'huile d'olive est une plante, qui se trouve dans des termes métaphoriques comme *basilic/albahaca*, *camomille/camomila*, *feuille/hoja*, *feuille d'olivier/hoja de olivo*, *feuille de figuier/hoja de higuera*, *herbes aromatiques/hierbas aromáticas*, *tomate/tomate*. Ainsi, dans notre corpus nous avons trouvé les termes *genêt*, *herbe*, *maquis*, *mente*, *moisi*, *myrte*, *propolis* et *sous-bois*. En espagnol, nous remarquons l'emploi des termes *cardo*, *flor de romero*, *hoja de alcachofa*, *pasto recién cortado*, *tomatera* et *trigo verde*.

El aceite de oliva es un objeto explosivo, documenté une seule fois dans une expression métaphorique en espagnol : «  *fina película deja que exploten los sabores en la boca<sup>7</sup> ».*

L'huile d'olive est un objet précieux/el aceite de oliva es un objeto valioso. Il s'agit d'une métaphore qui tend à être utilisée pour les produits dont la préparation nécessite du temps ou des efforts. Ainsi, nous trouvons des expressions telles que *richesse aromatique*, *couronné par*, et, en espagnol, *rico en aromas*.

## Conclusions

Dans cet article, nous avons analysé les différentes caractéristiques que, d'après nous, le discours de la dégustation d'huile d'olive possède et qui peuvent être utiles pour le considérer comme une langue de spécialité. Nous avons souligné la nature de la métaphore en tant qu'outil permettant de créer des termes spécialisés à partir de mots de la langue générale par le biais d'un processus de terminologisation, provenant de la nécessité de transmettre objectivement les résultats d'une série d'examen subjectifs. Ainsi, la métaphore assure non seulement la transmission d'informations objectives, mais aussi le caractère descriptif et la fonction informative des textes spécialisés, oraux ou écrits.

De même, nous avons corroboré et surtout accru les études préalables d'El Ghalayini et Fendri. Notre contribution a permis de documenter les métaphores L'OLIVE EST UN ÊTRE VIVANT, L'HUILE D'OLIVE EST UN ÊTRE VIVANT, L'HUILE D'OLIVE EST UN ÊTRE HUMAIN, L'HUILE D'OLIVE EST UN ANIMAL, L'HUILE D'OLIVE EST UN OBJET

tridimensionnel, l'huile d'olive est un vêtement, l'huile d'olive est un aliment, l'huile d'olive est une plante et l'huile d'olive est un objet précieux dans les deux langues d'étude, ainsi que la métaphore el aceite de oliva es un objeto explosivo en espagnol uniquement.

Enfin, il faut souligner les efforts de normalisation terminologique développés par le COI et qui sont visibles dans le corpus compilé. Comme dans toute langue spécialisée, la restriction dans l'utilisation de la terminologie dépendra du contexte de communication et de la relation entre l'émetteur et le récepteur. Néanmoins, nous avons répertorié une série de termes d'origine culturelle, résultant de l'expérience professionnelle et vitale du dégustateur qui pourrait présenter des problèmes lors de leur transfert interlinguistique et interculturel.

### Bibliographie

Assal, J. L. 1995. « La métaphorisation terminologique ». *Terminology Update*, n° XXVIII, 2, p. 22-24.

Cabré i Castellví, M. T. 1993. *La terminología. Teoría metodología, aplicaciones*. Barcelona : Editorial Antártida/Empúries.

Commission européenne. 2008. Règlement (CE) n° 640/2008 de la Commission du 4 juillet 2008 modifiant le règlement (CEE) no 2568/91 relatif aux caractéristiques des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ainsi qu'aux méthodes d'analyse y afférentes. Journal officiel de l'Union européenne, L 178/11.

Commission européenne. 2013. Règlement d'exécution (UE) n° 1348/2013 de la Commission du 16 décembre 2013 modifiant le règlement (CEE) n° 2568/91 relatif aux caractéristiques des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ainsi qu'aux méthodes d'analyse y afférentes. Journal Officiel de l'Union européenne. L 338/31.

Conseil Oléicole International. 2005. Méthode d'évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge extra en appellation d'origine. Résolution n° Res-2/93-IV/05.

Conseil Oléicole International. 2020a. « Huiles d'olive - Olive Oils » [Données de l'Union européenne]. [En ligne] : <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2020/12/HO-CE901-23-11-2020-P-2.pdf> [consulté le 15 juin 2021].

Conseil Oléicole International. 2020b. « Huiles d'olive - Olive Oils » [Données mondiales]. [En ligne] : <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2020/12/HO-W901-23-11-2020-P.pdf> [consulté le 15 juin 2021].

De Bustos, E. 2000. *La metáfora: ensayos transdisciplinarios*. Madrid: F.C.E.

Durán Muñoz, I., Del Moral Álvarez J. 2014. «Competencia documental para la traducción agroalimentaria EN-ES: fuentes de información y su evaluación». *Skopos*, n° 5, p. 45-57.

El Ghalayini, Y., Fendri, M. 2018. «Mecanismos metafóricos en el léxico de la cata de aceite de oliva en español». *Language Desing*, n° 20, p. 41-56.

Falgueras, M. 2016. « La necesidad de la metáfora en la cata de vinos ». Vila Viniteca.

Franco Aixelá, J. 2013. «La traducción científico-técnica: aportaciones desde los estudios de traducción». *Letras*, n° 53, p. 37-60.

Galeote, M. 2015. «Contribución histórico-lingüística al estudio de la terminología del olivar en Andalucía». [En ligne] : Handle : <http://hdl.handle.net/10630/10793> [consulté le 15 juin 2021].

Gamero Pérez, S. 2001. *La traducción de textos técnicos*. Barcelona: Ariel.

- Kövecses, Z. 2002. *Metaphor: a practical introduction*. New York: University of Oxford.
- Kövecses, Z. 2017. *Where Metaphors Come From. Reconsidering Context in Metaphor*. Oxford : Oxford University Press.
- Kozar, L. 2015. « Lexiques français et polonais du régime supplémentaire de retraite ». *Romanica Cracoviensia*, n° 15, p. 19-29.
- Lakoff, G., Johnson, M. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mateo Martínez, J. 2007. El lenguaje de las ciencias económicas. In: *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ariel.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2016. Mapa de los Aceites con Denominación de Origen Protegida [consulté le 29 juin 2021].
- Montoro del Arco, E., Roldán Vendrell, M. 2013. Las denominaciones del aceite de oliva en los reglamentos oficiales: evolución, normalización y problemas terminológicos. In: *Comunicación y transmisión del saber entre lenguas y culturas*. München : Peniopo.
- Oliveira, I. 2009. « Legitimidade da metáfora em língua de especialidade num quadro didáctico ». *Filologia e Linguística portuguesa*, n° 10-11, p. 69-80. [En ligne] : DOI : <https://doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v0i10-11p69-80> [consulté le 15 juin 2021].
- Planelles Iváñez, M. C. 2013. «Construcciones del lenguaje del vino en español y en francés». *Cuadernos de Investigación Filológica*, n° 39, p. 205-220.
- Roldán Vendrell, M. 2013. *Diccionario de términos del aceite de oliva (inglés-español-chino)*. Madrid : Arco Libros.
- Samaniego Fernández, E. 1997. *La traducción de la metáfora*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.
- Tenescu, A. 2018. Olive Oil Tasting and Food Advertising Discourse. In : *Explorations of Identity and Communication*. Cluj-Napoca: Presa Universitara Clujeana.
- Vossens, P. 2007. « Olive Oil: History, Production, and Characteristics of the World's Classic Oils ». *HortScience horts*, n° 42(5), p. 1093-1100. [En ligne]: DOI: <https://doi.org/10.21273/HORTSCI.42.5.1093> [consulté le 15 juin 2021].

## Corpus textuel

Corpus en espagnol

Aceites Toletum. Disponible sur: [www.aceitestoletum.com](http://www.aceitestoletum.com)

Alimentos saludables de Priego. Disponible sur: [alimentossaludablesdepriego.com](http://alimentossaludablesdepriego.com)

Andinus. Disponible sur : [andinus.com](http://andinus.com)

Bodegas La Aurora. Disponible sur : [www.bodegaslaaurora.com](http://www.bodegaslaaurora.com)

Can Company Online. Disponible sur: [cancompanyonline.com](http://cancompanyonline.com)

Comisión Europea. 2008. Reglamento (CE) no 640/2008 de la Comisión, de 4 de julio de 2008, que modifica el Reglamento (CE) no 2568/91 relativo a las características de los aceites de oliva y de los aceites de orujo de oliva y sobre sus métodos de análisis. Diario Oficial de la Unión Europea,, L 178/11.

Consejo Oleícola Internacional. 2005. Método de valoración organoléptica del aceite de oliva virgen extra que opta a una denominación de origen. Resolución n.º Res-2/93-IV/05.

Cortijo El Puerto. Disponible sur: [www.cortijoelpuerto.com](http://www.cortijoelpuerto.com)

La despensa del jabon. [www.ladespensadeljabon.com](http://www.ladespensadeljabon.com)

La Solana2. Disponible sur: <https://lasolana2.com/notas-de-cata>

Oleoconsulting. Disponible sur: [www.oleoconsulting.net](http://www.oleoconsulting.net)

Oli Coll de l'Alba. Disponible sur: [www.olicolldelalba.com](http://www.olicolldelalba.com)

Olis Can Catalán. Disponible sur : [oliscancatala.com](http://oliscancatala.com)

Pescaviar. Disponible sur : [pescaviar.es](http://pescaviar.es)

Propios del Guadiana. Disponible sur : [www.propiosdelguadiana.com](http://www.propiosdelguadiana.com)

Roldán Vendrell, M. 2013. Dictionario de términos del aceite de oliva (inglés-español-chino). Madrid : Arco Libros.

Valonga. Disponible sur : [valonga.com](http://valonga.com)

Corpus en français

Association Française Interprofessionnelles de l'olive. Disponible sur : [afidol.org](http://afidol.org)

Association Française Interprofessionnelles de l'olive. 2012. Le marché de l'huile d'olive : situation & perspectives.

Bastide du Laval. Disponible sur : [www.bastidedulaval.com](http://www.bastidedulaval.com)

Bordeaux Cuisine and Co. Disponible sur : [bordeaux-cuisine-and-co.org](http://bordeaux-cuisine-and-co.org)

Carapelli.ca. Disponible sur : <https://carapelli.ca/fr>

Commission européenne. 2008. Règlement (CE) n° 640/2008 de la Commission du 4 juillet 2008 modifiant le règlement (CEE) no 2568/91 relatif aux caractéristiques des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ainsi qu'aux méthodes d'analyse y afférentes. *Journal officiel de l'Union européenne*, L 178/11.

Conseil Oléicole International. 2005. Méthode d'évaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge extra en appellation d'origine. Résolution n° Res-2/93-IV/05.

Divo. Disponible sur : [www.divo.ch](http://www.divo.ch)

Domaine Zouina. Disponible sur : [www.domainezouina.com](http://www.domainezouina.com)

Emile Noël. Disponible sur : [www.emilenoeel.com](http://www.emilenoeel.com)

L'huile d'olive À l'École des Chefs. Disponible sur : [lhuiledolivealecoledeschefs.fr](http://lhuiledolivealecoledeschefs.fr)

Oliveo Shop. Disponible sur : [www.oliveoshop.com](http://www.oliveoshop.com)

## Notes

1. «El ámbito de las expresiones metafóricas era lo inexacto, lo desviado referencialmente, lo taxonómicamente irregular; por tanto, las expresiones metafóricas consistían un defecto a evitar en las formulaciones científicas, que se suponía representaban literalmente la realidad, y de forma típica se adscribían a formas discursivas cuya finalidad comunicativa era diferente, como por ejemplo la persuasión [...] o la emoción [...]».

2. «se acomodan fácilmente a las características de cualquier idioma y se trasladan de unos a otros, a veces mediante la metáfora correspondiente o similar, a veces mediante un calco».

3. «suele tratarse de metáforas convencionales cuyo significado no es necesario explicar ya que su finalidad es, precisamente, la de ilustrar y aclarar el término técnico a un destinatario semiexperto o lego».

4. “uma chave linguística nas conceptualizações cognitivas da aprendizagem”

5. [...] não constitui, de forma alguma, um conjunto caótico e desorganizado, mas segue uma ordem determinada que deve guiar o estudante enquanto estrutura conceptualmente nova do domínio de estudo. Mais do que isso, trata-se de uma metáfora estrutural que organiza as representações e as experiências através de denominações simples ou complexas lexicalizadas que se propagam no tempo e no espaço e que tem uma suposta existência para a comunidade linguística. Da mesma forma, a unidade terminológica metafórica deve inscrever-se num quadro convencional preciso já que é governada por um conjunto de esquemas conceptuais que não pode infringir.

6. Le lecteur voudra bien nous excuser de recourir à la bibliographie scientifique sur le vin et le discours de sa dégustation. Cependant, la littérature scientifique concernant ce produit est tellement abondante et spécialisée qu'elle constitue une base très utile pour caractériser d'autres discours comme celui de l'huile d'olive.

7. [En ligne] : [https://pescaviar.es/wp-content/uploads/2018/09/FP\\_AOVE.pdf](https://pescaviar.es/wp-content/uploads/2018/09/FP_AOVE.pdf)