



HAL
open science

Dieu sensible au nez...

Jean-Pierre Albert

► **To cite this version:**

Jean-Pierre Albert. Dieu sensible au nez... : Parfums et mysticisme dans le christianisme médiéval et ailleurs. Images du parfum, A. Montandon et A. Perrin (dir.) publié par l', Université des Lettres de Clermont-Ferrand, pp.7-33, 1991. halshs-00333004

HAL Id: halshs-00333004

<https://shs.hal.science/halshs-00333004>

Submitted on 22 Oct 2008

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.

Dieu sensible au nez...
Parfums et mysticisme dans le christianisme médiéval et ailleurs

Sa chair spirituelle a le parfum des Anges.
Baudelaire, *Les Fleurs du Mal*.

Le sensible ne se réduit pas au visible. Si l'image, des arts de la mémoire aux stratégies pédagogiques ou médiatiques, est souvent considérée comme l'évocation du réel la plus forte ou la plus vraie, elle n'a pas le monopole de l'expression du sens par le sensible. L'ordre du sens, dominé par le modèle du langage, appelle le code, dont les supports les plus usuels sont pour l'œil et l'oreille : domaine de la représentation, opposé à l'affectivité des sens plus humbles, plus animaux, du goût et de l'odorat. Ces domaines, pourtant, n'échappent pas entièrement à la codification. Le mélange du sucré et du salé peut signifier l'exotisme, les parfums floraux un raffinement qui les oppose aux parfums animaux¹. Dans tous les cas, il est pour chaque sens un domaine propre de communication qui n'appelle aucune transcription dans un autre registre.

Trouver une image pour suggérer un parfum suppose une situation de communication bien singulière, où le parfum n'est pas donné à sentir. Par exemple, une publicité de parfum dans une revue ou à la télévision. Cette transposition, si elle est possible, suppose que le parfum à rendre ne s'épuise pas dans l'ineffable d'une impression sensible *sui generis*. Il faut déjà tout un langage, un réseau de significations qui détermine le sens et la valeur de la sensation elle-même. Bien plus : l'image et la mise en scène achèvent de transformer le parfum en signe désirable et lui prescrivent un sens qui dépasse celui de toute impression olfactive possible. On ne saurait donc, en dehors d'une conception mystique ou poétique des "correspondances", trouver des équivalences directes entre parfums, sons et images. L'essentiel est dans les opérations de codage qui intègrent les parfums à un ensemble ordonné de significations communicables.

Si l'on admet ces prémisses, il devient possible de décrire un univers sémantique des parfums qui détermine leur "dicibilité" aussi bien que leur visibilité. Evoquer un parfum, c'est se référer à une expérience olfactive (réelle ou supposée) et lui assigner un sens dans une expérience globale. Dans les images actuelles, cette expérience de référence est en général de l'ordre de la séduction : ceci en accord avec les usages sociaux des cosmétiques parfumés. La permanence des symboles est aussi évidente que celle des usages. Il suffit de lire *Les jardins d'Adonis* de M. Detienne pour découvrir que les Grecs de l'Antiquité associaient étroitement leur mythologie des parfums à une pensée de la séduction érotique. Mais là n'était pas leur seule signification. Avec le sacrifice, les parfums étaient également impliqués dans les relations entre le ciel et la terre, les hommes et les dieux. La collecte des aromates induisait enfin une pensée des lieux et des climats, des frontières entre le monde sauvage et l'espace humanisé. Ces dimensions sont-elles encore présentes dans les mythologies modernes du parfum ?

Avec quelques inflexions, les représentations héritées de l'Antiquité jouent du moins un rôle décisif dans la symbolique médiévale des aromates. Présents dans le rituel, souvent cités dans l'Écriture, les parfums ont nourri un discours légendaire - une mythologie, peut-être - qui multiplie à leur entour des associations riches de sens. On se demandera d'abord si cet univers peut susciter des images, en offrant au parfum d'innombrables ancrages dans le champ du visible. Mais nous comprendrons vite que la figuration de l'invisible - tel est bien le défi lancé par le parfum aux concepteurs d'images - pose au Moyen Âge des problèmes théologiques plus que techniques. Le parfum n'est-il pas valorisé dans la liturgie justement parce qu'il est invisible ? Quelles sont les particularités de l'olfaction qui rendent compte de la force émotionnelle des parfums dans le domaine de l'amour comme dans celui de la mystique ? En tentant de répondre à ces questions, nous pourrions

retrouver dans les images actuelles des parfums non seulement des thèmes, mais surtout des contraintes formelles significatives. Enfin, ce détour par des temps révolus nous aidera à mieux comprendre l'obscurité séduction qu'exerce sur nous sinon la chose, du moins l'idée d'un parfum occupant toute une âme...

Odeurs de sainteté

L'Eglise romaine a intégré de longue date à sa liturgie l'usage de deux parfums²: l'encens et le baume. Le premier, on le sait, est brûlé au cours des offices solennels, et son usage était autrefois beaucoup plus étendu. Selon les anciens ritualistes, sa fumée signifie les prières qui montent vers Dieu. Le second intervient, de façon plus discrète, dans la liturgie des saintes huiles. Le saint chrême, utilisé dans l'onction baptismale, la consécration des prêtres et la bénédiction du mobilier religieux, contient en effet de l'huile d'olive et du baume du Pérou. Anciennement, on employait en principe du baume de Judée importé à grands frais d'Orient. En fait, le terme de "baume" a été appliqué à des résines aromatiques diverses que les falsifications des marchands - déjà dénoncées par Pline l'Ancien - rendent à peu près indiscernables.

Bien qu'il ne joue qu'un rôle limité dans la liturgie et que sa sainteté soit, a priori, moins évidente que celle des espèces eucharistiques, le chrême jouit, au Moyen Age, d'un prestige considérable. Les statuts synodaux, jusqu'au XIX^e siècle, rappellent la nécessité de le tenir sous clé, tant il est convoité des sorciers et autres guérisseurs. Sa haute réputation est encore augmentée par la référence à l'onction des rois : la monarchie française possède même, avec la Sainte Ampoule, un chrême d'origine céleste qui situe les rois dans une relation directe avec Dieu.

Tout objet béni ou consacré suscite des formes de dévotion plus ou moins licites, ancrées dans ses qualités sensibles et ses usages liturgiques. La liturgie elle-même institue ses symboles par référence à l'Écriture, mais aussi en reprenant quelque chose du discours commun tenu sur les objets qu'elle mobilise : pain et vin, huile et sel, autant d'éléments déjà chargés de sens en dehors du contexte chrétien. Le symbolisme du chrême repose ainsi sur ses deux composants, tous deux inscrits dans un horizon de pratiques valorisées. L'huile, tout d'abord, souvent associée au geste guérisseur et réceptacle privilégié d'une sainteté "de contact" : on rapporte de Terre sainte des ampoules d'huile qui ont touché le Saint Sépulcre ou quelque autre relique; l'huile des lampes d'autel est souvent créditée de vertus miraculeuses. Mais il suffit de lire les ritualistes pour voir que dans le symbolisme du chrême, l'accent est surtout mis sur le parfum : "odeur de bonne renommée", signe sensible de la grâce ou, dans le baptême et la confirmation, de l'infusion de l'Esprit. Le parfum rejoint aussi le champ des pratiques médicinales, au minimum une pensée de la purification, de la lutte contre la putréfaction et les odeurs pestilentielles. Jusqu'au XVIII^e siècle, les aromates seront tenus pour la meilleure défense contre la contagion de la peste. Cette pensée de la pureté sollicite la métaphore. Le parfum, arme contre la corruption matérielle, devient le signe d'une victoire sur la corruption morale. Ainsi le chrême baptismal est-il bien à sa place : autant que l'eau du baptême, il contribue à laver la tache originelle. On verse d'ailleurs du chrême dans les fonts baptismaux le jour du samedi saint.

La liturgie n'a donc pas à inventer de toutes pièces un symbolisme des parfums. Pour l'essentiel, elle transcrit et adapte une pensée des aromates inscrite depuis l'Antiquité dans notre culture et toujours soutenue par des pratiques extérieures au champ du religieux. A la médecine des corps fait pendant celle des âmes, et la frontière entre les deux n'est pas toujours facile à tracer. Aux pratiques funéraires qui trouvent dans les aromates le moyen de préserver le corps de la putréfaction répond le miracle de "l'odeur de sainteté" émanant de la dépouille miraculeusement préservée des saints. Ces continuités sont inévitables puisqu'une religion trouve d'abord dans le monde sensible les moyens d'évoquer le divin. Et telle est bien la tâche de la liturgie : assurer le passage du visible à l'invisible, convertir les âmes à l'intelligible par une gestion habile du sensible.

Pourtant la liturgie, mise en scène délibérée de signes, se heurte sans cesse à l'opacité de

ses propres pratiques. La tradition a consacré des gestes et des choix symboliques dont la lisibilité est vouée à une indépassable érosion. Les grandes sommes des liturgistes des XII^e et XIII^e siècle, Jean Belet, Honorius Augustodunensis, Guillaume Durand de Mende s'épuisent à fixer un sens qui toujours s'étiolle ou prolifère sans jamais atteindre la transparence souhaitée. Ce qui est vrai pour les clercs eux-mêmes l'est encore plus pour le peuple illettré qui suit les offices. Saura-t-il jamais que les trois chaînes de l'encensoir sont un hommage à la Trinité ? Que l'ampoule de chrême "désigne le corps que le Seigneur a pris dans le sein de la Vierge Marie et qui est uni à la divinité" (G. Durand, 1854, IV : 96) ? La lisibilité immédiate du rite suppose en vérité une sorte de "court circuit" : une rencontre de la pensée commune et de celle des clercs sur le terrain d'une "pensée sauvage" partagée – celle-là même qui sous-tend la "mise en signes" opérée par la liturgie. Cette rencontre a été favorisée par la prolifération d'un discours offrant du symbolisme religieux une version plus accessible : un christianisme vulgarisé, celui des légendes hagiographiques, des récits de pèlerinages en Orient, qui nourrit la parole des prédicateurs et les expressions de la piété populaire du Moyen Age. Cet ensemble est particulièrement riche pour ce qui concerne les parfums, allant jusqu'à constituer une sorte de commentaire narratif de la liturgie, une théologie en images : en bref, une mythologie des parfums, et plus particulièrement du baume, dont je n'exposerai ici que les grandes lignes.

1. Dans un groupe important de textes, le baumier est identifié à l'Arbre de vie du paradis terrestre. L'humanité, séparée avec Adam de la substance régénérante, la retrouve dans le chrême baptismal. Elle confère alors une immortalité spirituelle, et non plus corporelle. Le paradis terrestre apparaît par ailleurs comme la terre des pierres précieuses et des aromates : on les retrouve dans l'eau des fleuves qui en sortent, par exemple dans le Nil.

2. Le baume et d'autres aromates exotiques sont impliqués dans un légendaire de la longévité. La Fontaine de Jouvence est aromatique, de mystérieux prêtres orientaux se nourrissent du baume d'un arbre fabuleux et vivent quatre cents ans. On retrouve les aromates, associés aux pierres précieuses et à d'autres substances d'immortalité (produits tirés d'animaux réputés immortels, tels que le cerf et le serpent) dans les cures de jouvence de la médecine alchimique.

3. Selon des légendes répandues parmi les coptes d'Egypte et diffusées par les pèlerins occidentaux, les baumiers sont nés en Egypte, dans le jardin de Matarieh, de la sueur de l'Enfant Jésus. Certains affirment que tout le baume de la terre provient de ce jardin merveilleux. Le lien entre le salut et une substance aromatique rédemptrice se trouve ainsi renforcé d'une référence directe au corps du Rédempteur.

4. Le bois de la croix, instrument de la rédemption, est lui-même associé à l'univers des parfums. Il provient de l'un des deux arbres du paradis, et conserve toutes les propriétés aromatiques de cet Orient hyperbolique. Pour rendre cette propriété plus sensible, on enduit de baume la relique de la croix conservée à Constantinople avant de l'exposer à l'adoration du peuple. D'autres reliques du bois précieux secrètent spontanément une huile suave.

5. Enfin, le Christ en personne exhale un parfum délicieux. On en retrouve la trace dans une niche de la chapelle de Matarieh où, dit-on, la Vierge avait coutume de déposer l'Enfant. Le sang versé par le Crucifié est parfumé et, tombant sur le crâne d'Adam enfoui au pied de la croix, il constitue un strict équivalent du chrême baptismal.

Ce premier ensemble légendaire suffit à marquer l'importance des parfums dans la "mise en images" de la théologie de la Rédemption. On pourrait en somme parler d'un "cycle du baptême", situant l'onction baptismale dans un ensemble où le contact d'un parfum signifie le salut, la réconciliation des hommes et de Dieu. Le Christ, figure par excellence de l'union de l'humain et du divin, acquiert lui-même les qualités sensibles de la substance qui désigne la réconciliation. Autour de ce noyau se dessine une constellation mythologique plus large, héritée pour une bonne part de l'Antiquité païenne : l'Eden biblique rejoint l'Orient fabuleux des anciens géographes, terre des aromates et de tous les prodiges. Plus précisément, cet espace des aromates apparaît, dans des traditions parallèles, comme un espace dangereux et sauvage, peuplé de reptiles qui en interdisent

l'accès. La mythologie grecque des collectes fabuleuses étudiée par M. Detienne (1972) est largement mise à contribution. Les qualifications symboliques de l'espace (monde des dieux / monde des hommes, nature sauvage / domaine cultivé) tendent à se recouvrir. L'Eden se trouve aussi, selon certaines sources, au sommet d'une montagne dont le sommet touche l'orbite de la lune, c'est à dire, dans la cosmologie aristotélécienne, à la jointure du ciel et du monde sublunaire. La vocation médiatrice des parfums est ainsi imagée de diverses manières : par eux se rencontrent les extrêmes, dans l'espace comme dans le temps.

A ce premier ensemble, il faut ajouter ce qu'on pourrait appeler un "cycle du sacrifice" qui enrichit la signification des ces rencontres des parfums et du divin. Son inspiration est plus immédiatement évangélique. On est frappé en effet de voir combien la vie terrestre du Christ est scandée par la rencontre de "parfumeurs": les rois mages, Marie-Madeleine, Joseph d'Arimatee. Le plus significatif de ces personnages est évidemment Marie-Madeleine, et je lui consacrerai plus loin une étude spéciale. Retenons pour le moment l'itération d'une même séquence : des personnes marquées comme des initiateurs de la nouvelle religion expriment leur foi par une offrande d'aromates. En même temps, chacun établit un lien entre un emploi traditionnel des parfums et une "conversion" religieuse de leur usage : le présent des Mages honore un roi ; Joseph d'Arimatee embaume le Christ, évoquant ainsi les usages funéraires des aromates ; avec la Madeleine enfin, le parfum suggère le monde de la toilette et de la séduction. Mais dans tous les cas, la fonction initiale est comme transcendée par la personne du bénéficiaire. Les aromates sont en vérité offerts à Dieu comme s'ils lui revenaient de droit. La dépense de parfums, c'est à dire des réalités terrestres les plus hautes (avec les gemmes) est le geste sacrificiel par excellence, et le "bon usage" de ces trésors revient à les soustraire aux emplois profanes qui leur sont par ailleurs attachés.

Cette mythologie suffit à dessiner un univers sémantique des parfums dont les éléments constituent un dictionnaire de symboles à la disposition des producteurs de textes ou d'images. Mais, le plus souvent, ils instituent moins une relation strictement symbolique entre le parfum et l'élément destiné à l'évoquer qu'un "effet d'ambiance". La métonymie l'emporte sur la métaphore. On notera également que les réseaux de signification sont largement redondants : comment décider par exemple du sens de la référence à l'Orient dans une "Adoration des Mages" ? Si elle évoque le monde des parfums, elle est aussi en harmonie avec la lettre du texte biblique qui a déjà accompli l'union signifiante de l'Orient et des saints parfumeurs, et trouvé d'autres raisons de connoter de la sorte l'origine géographique de ces chrétiens de la première heure. L'image religieuse semble devoir se borner à illustrer un texte où sont déjà fixées, dans le cadre d'une histoire, les significations à dire. Un caractère de la mythologie des parfums a cependant pu influencer en quelque manière les conditions de la figuration : c'est l'importance énorme qu'y jouent non pas les épisodes, mais les relations qui existent entre eux. Nous aborderons ce problème à travers l'analyse de la technique exégétique la plus souvent utilisée pour désigner ces relations : la typologie.

La rencontre des images

La messianité de Jésus, point critique du débat entre juifs et chrétiens, a imposé dès la rédaction des Evangiles une relecture chrétienne de l'Ancien Testament. Ainsi les Evangiles canoniques, et plus encore les apocryphes, insistent-ils lourdement sur tout ce qui, dans la vie terrestre du Christ, accomplit les anciennes prophéties. La doctrine des "quatre sens de l'Ecriture" a permis d'aller encore plus loin : beaucoup d'épisodes de l'Ancien Testament annoncent, de façon symbolique, les événements ou les dogmes majeurs de la prédication du Sauveur. Le séjour de Jonas dans le ventre de la baleine anticipe sur la Résurrection, l'offrande de Melchisédech à Abraham sur l'eucharistie, etc... La typologie est l'art de déceler ces correspondances ³.

Cette technique interprétative joue un rôle considérable dans la mythologie des parfums que l'on a -trop rapidement- évoquée plus haut. Par exemple, dans le cycle du bois de la croix : le Christ

mourant sur l'arbre de la croix est le fruit de l'arbre de vie et, à ce titre, parfumé. La typologie a également été étendue à l'interprétation du Nouveau Testament, ou même d'événements plus tardifs. Le geste de Marie-Madeleine versant son parfum sur la tête de Jésus est considéré, dès l'Evangile de Jean, comme une anticipation de l'embaumement du corps du crucifié. L'Invention de la sainte Croix par sainte Hélène est tenue par certaines Eglises d'Orient comme une nouvelle incarnation. Dans tous les cas, le sens d'un épisode n'est pas donné dans une simple description (le "sens littéral"), mais dans sa relation avec un ou plusieurs autres. Et seul ce travail exégétique autorise une bonne lecture des textes, un accès à leur sens spirituel.

Cette contrainte réagit de façon très directe sur la conception des images. Emile Mâle, et bien d'autres après lui, ont montré combien la typologie permet d'éclairer les programmes décoratifs de l'art chrétien. Le procédé est très simple : il suffit de juxtaposer dans un même ensemble des scènes rapprochées typologiquement. Reste à évaluer les effets de cette "mise en page" sur le statut même de l'image. Le chemin de l'invisible qu'elle ouvre de façon paradoxale n'est-il pas affirmé plus nettement dans le jeu des relations ? Si l'œil parcourt la série des images, c'est l'esprit seul qui accomplit l'indispensable travail de l'interprétation, découvrant confusément un *tertium comparationis* qui est à la fois la raison de la série et la révélation mystique des desseins mystérieux de la divinité. Cependant, l'art typologique reste étroitement tributaire des textes, et ne fait qu'insister, en les visualisant, sur la valeur symbolique d'éléments significatifs qui tendent à se détacher de leur contexte. Par exemple, le serpent d'airain érigé par Moïse dans le désert n'est pas seulement un objet thérapeutique (d'ailleurs assez énigmatique), il est déjà, selon la célèbre comparaison de l'Evangile de Jean (III, 14-15), le Christ en croix. On en arrive ainsi à des rapprochements plutôt ésotériques : qui reconnaît encore le Crucifié dans la grappe de raisins ramenée de Terre promise au bout d'une perche ? La résurrection du Christ dans l'image de Samson chargé des portes de Gaza ?

Pour revenir à notre objet, il serait donc intéressant de chercher des cas où le parfum est impliqué dans l'exégèse typologique, c'est à dire : où il constitue ce "troisième terme" invisible qui fonde une série. Une première illustration peut être trouvée dans le traitement christologique du *Cantique des Cantiques*. Comme on le sait, il s'agit d'un recueil de chants nuptiaux qui ne doit de figurer dans la Bible qu'à l'interprétation mystique déjà proposée dans le cadre du judaïsme. La lecture chrétienne prolonge cette inspiration : dans l'Époux on reconnaît le Christ, dans l'Épouse l'Eglise, etc. Mais le contexte érotique n'est pas pour autant gommé. Et l'un des points de passage de l'érotique à la mystique est, précisément, la référence aux parfums. De fait, le *Cantique des Cantiques* fournit une large part des références scripturaires associées à l'usage de l'encens et du baume. Le Christ est un Époux parfumé, et la légende, comme on l'a vu, franchit vite le pas entre l'usage métaphorique de l'image et son usage référentiel. L'"image textuelle" du parfum illustre l'idée de l'union mystique : situation symétrique de celle du rite, qui, nous le verrons, rend l'Esprit présent dans le parfum.

L'exemple le plus frappant de cette activité secrète du symbolisme des parfums est cependant l'*invention* de Marie-Madeleine. Il s'agit là d'un problème classique de l'exégèse néo-testamentaire, et je ne donnerai qu'un bref aperçu de ce vaste dossier. Les Evangiles présentent en effet, dans le récit de la Passion, l'intervention pieuse de Marie de Magdala : celle que le Christ a libéré de sept démons (Marc et Luc), celle qui vient avec deux autres saintes femmes au matin de la résurrection chargée des aromates destinés à embaumer le corps du dieu. On connaît par ailleurs une Marie de Béthanie, sœur de Marthe et de Lazare selon Jean, qui répand sur la tête (ou les pieds) de Jésus un parfum précieux. Luc, qui fait de Marie la sœur de Marthe dans la célèbre scène de la "meilleure part" (X, 38-42), attribue quant à lui ce geste à une pécheresse anonyme. Rien dans la lettre des Evangiles ne permet d'identifier Marie, sœur de Marthe, avec Marie de Magdala. Luc propose même trois personnages distincts. Pourtant, la tradition presque unanime a fondu ces personnages en un seul : Marie-Madeleine, en qui l'on reconnaît la prostituée repentie de Luc, l'auteur de l'onction de Béthanie et la pieuse myrrhophore de la Passion. Le parfum n'est-il pas le principe de cette étrange synthèse ? Dans le texte biblique lui-même, l'onction de Béthanie est présentée comme un embaumement, un geste funéraire "en image" : Marie-sœur-de-Marthe est un

équivalent typologique de Marie de Magdala. Quant à la pécheresse, elle opère, comme on l'a dit, la conversion des parfums du champ de l'érotisme à celui de la dévotion. Le lien de la Madeleine avec le parfum se trouve ainsi motivé. Et les sept démons conjurés par Jésus ne sont-ils pas ceux de la lubricité ?

L'intégration de Marie-Madeleine au monde des parfums ne s'arrête pas là. Le personnage évangélique est en effet, depuis le XII^e siècle, l'un des protagonistes du cycle légendaire de l'évangélisation de la Provence. Lancés par les juifs sur un bateau voué au naufrage, Marthe, Marie, Lazare, Joseph d'Arimatee et quelques autres débarquent miraculeusement à Marseille. Marthe vient à bout de la Tarasque, Marie-Madeleine convertit le prince de Marseille... Bientôt, elle se retire dans une grotte (la sainte Baume) et mène la vie ascétique d'une pénitente. Avec le temps, ses vêtements tombent en lambeaux, et seule une longue chevelure voile sa nudité. Sept fois par jour, les anges l'élèvent jusqu'au ciel, où elle entend les chœurs célestes louant Dieu. Selon certaines traditions, elle bénéficie à sa mort d'une ultime ascension.

Cette légende est très célèbre. La sainte Baume reste, aujourd'hui encore, un lieu de pèlerinage très fréquenté. La figure de la pénitente est même devenue l'un des aspects majeurs de la "définition" de Marie-Madeleine dans les chants populaires et l'iconographie. On peut, bien entendu, s'interroger sur les relations qui existent entre le personnage évangélique et la sainte provençale. Ici encore, les parfums sont, à mes yeux, la clé. Les images et les textes magdaléniens sont en effet le précipité le plus riche de l'univers sémantique des parfums. En eux, mieux encore que dans le *Cantique des cantiques* s'accomplit une véritable sublimation de l'érotique en mystique, une synthèse du christianisme et de la culture du parfum héritée de l'Antiquité. Si l'on bouscule un peu la chronologie de la vie de la sainte, on découvre en effet que la "femme aux parfums" des Évangiles est aussi la "femme sauvage" de la sainte Baume. Son passage du côté de la nature est en parfaite harmonie avec le statut des parfums, toujours marqués dans la légende par une origine lointaine et valorisée : un au-delà où, comme on l'a dit, se recourent frontières métaphysiques et frontières du monde humain.

Il faudrait encore parler de sa chevelure, en unissant à des accents baudelairiens les acquis de l'anthropologie. Suivons avec saint Luc l'entrée de notre pécheresse chez Simon le Pharisien : "Elle avait apporté un vase de parfum. Se plaçant alors en arrière tout en pleurs, elle se mit à arroser les pieds [de Jésus] de ses larmes ; puis elle les essuyait avec ses cheveux, les couvrait de baisers, les oignait de parfum (VII, 38)." Cette prostituée, dont l'intrusion suscite le scandale, semble juste sortie du monde de la luxure. Une fille "en cheveux", belle sans doute, et parfumée, qui dit son amour par le geste. Le parfum se mêle aux cheveux. "O toison, moutonnant jusque sur l'encolure ! O boucles ! O parfum chargé de nonchaloir !" Cette chevelure, dont Baudelaire exprime si bien la puissance animale, retrouve dans la sainte Baume sa dimension sauvage. Les statues de la Madeleine en font un mixte de la nature et de l'art : un manteau de fibres insoumises aux contraintes du fil et du tissu. Position médiane entre deux mondes, identique à celle du parfum.

Que dire enfin de ce personnage ambigu, entre l'enfer du vice et l'amour du divin, vivant dans les profondeurs d'une grotte et pourtant élevée chaque jour jusqu'au ciel ? Marie-Madeleine fait, comme le parfum des collectes fantastiques des grecs, l'épreuve des contraires, elle finit même par confondre son destin avec les substances dont elle est la légitime pourvoyeuse. Jésus, écrit Jacques de Voragine "l'embrasa entièrement d'amour pour lui" (1967: 457). Quand vint l'heure de la mort, "son âme très sainte s'en alla vers le Seigneur. Après qu'elle fut sortie de son corps, un tel parfum de suavité demeura dans ces lieux que, pendant près de sept jours, ceux qui entraient dans l'oratoire le sentaient" (*ibid.* : 464). Et le 9 décembre 1279, lors de l'invention de ses reliques à Saint-Maximin, c'est au parfum que dégage le tombeau et au brin de fenouil serré entre ses dents que l'on "reconnaît" la dépouille de la sainte !

Erotisme et mystique, nature et culture, ciel et terre. La Madeleine, à elle seule, suffit à nous faire décliner le paradigme du parfum. L'image est peut-être plus parlante encore que les textes dans la mesure où elle ignore la diachronie du récit et juxtapose les éléments significatifs glanés dans les différents épisodes. Ainsi, le pot d'onguent, qui devient un attribut immuable de la sainte, l'excès d'une chevelure artistement soumise à de larges ondulations, l'attitude de prière et de méditation.

L'univers du parfum s'offre à l'œil moins par l'inodore métonymie d'un réceptacle que par la rencontre des traits que l'on vient de mentionner. Par exemple dans cette *Descente de croix* de Petrus Christus où la sainte, agenouillée au pied de la croix, prie devant un crâne posé sur le sol. Enfermée dans sa tristesse et sa méditation, elle tourne le dos au groupe qui entoure le corps du Crucifié. Derrière elle, le pot d'onguent, non loin des clous, des tenailles et du marteau. Seule des quatre personnages féminins, elle laisse échapper de sa coiffe un flot de boucles blondes. Le crâne est sans nul doute celui d'Adam. Mais n'est-il pas aussi celui que l'imagerie associe à l'ermite ? Ne sommes-nous pas déjà dans la sainte Baume ? La légende selon laquelle le crâne d'Adam a reçu, au pied de la croix, quelques gouttes du sang salvateur introduit dans la scène de la rédemption le souvenir de la chute - comme le fait de son côté la légende du bois de la croix. Mais la Madeleine rendue à la nudité des origines, elle qui s'émancipait déjà, dans la scène de la "meilleure part", des dures nécessités du travail, n'est-elle pas aussi une Eve chrétienne, sauvée par le Christ, comme la Mère universelle, malgré tout le poids du péché ? Nouvelle ouverture vers un Eden rendu à la fragrance paisible de tous les aromates...

L'iconographie de la Madeleine me semble donc constituer le meilleur exemple d'une éventuelle "image du parfum" dans l'art chrétien⁴. Elle réunit en un réseau très dense les éléments les plus significatifs de leur univers symbolique. Une question se pose cependant : a-t-on jamais voulu au Moyen Age *figurer* le parfum ? La chose me paraît en vérité extrêmement douteuse, pour des raisons à la fois factuelles et théoriques. Les premières ne soulèvent pas de grandes difficultés. Les raisons théoriques nous permettront d'approfondir notre réflexion dans le sens d'une anthropologie du rapport aux parfums.

La présence de l'invisible

Il faut d'abord noter que le parfum est présent réellement dans la liturgie chrétienne. L'expérience olfactive est donc immédiate, et l'on voit mal quelle situation de communication imposerait de suggérer par le verbe ou l'image un parfum absent. Tout au plus arrive-t-il que l'on rapporte une émotion olfactive : c'est le cas, par exemple, des pèlerins de Matarieh décrivant le parfum délicieux qui émane de la niche de l'enfant Jésus, "un parfum si fort qu'il surpasse celui de l'ambre, du musc et de la civette"⁵. Mais les moyens de cette évocation sont assez pauvres : le parfum à dire est référé à des parfums supposés connus du lecteur, on ne sort pas du domaine de l'olfaction pour suggérer l'olfactif. Le seul élément rhétorique notoire est peut-être l'affectation d'un échec de l'expression : un parfum écrit est toujours "le plus doux", "le plus délicieux", comme les princesses des contes sont toutes les plus belles.

Là où le langage échoue, l'image offrirait-elle de plus grandes ressources ? Encore faudrait-il qu'elle joue un rôle de représentation. On a certes beaucoup insisté sur la valeur didactique de l'art religieux médiéval, sa fonction de Bible des pauvres et des illettrés, mais cela laisse de côté les figurations les plus significatives, images et statues du Christ ou de ses saints directement impliquées dans le culte. Le Moyen Age semble en effet toujours hésiter à séparer le signe de la chose, et en fait plutôt un indice de la présence réelle de la chose évoquée. Le cas le plus significatif est bien sûr celui de l'eucharistie, mais on retrouve une démarche analogue avec les reliques et autres objets crédités d'une relation matérielle avec quelque figure du divin. C'est donc moins la valeur analogique de l'image qui fonde sa signification qu'un lien plus obscur avec l'objet même à figurer. J.-C. Schmitt note ainsi un passage possible, dans l'Eglise romaine, du culte des reliques à celui des images : les statues-reliquaires, telles la sainte Foi du trésor de Conques (1987 : 285). On comprend de la même manière l'importance de la Véronique, inséparablement relique et portrait, on comprend aussi le crédit de la légende du portrait de la Vierge peint par saint Luc et les innombrables images sinon tombées du ciel, du moins entrées miraculeusement en possession des hommes.

La logique du pèlerinage est la même que celle du culte des reliques. Il faut se rendre sur les lieux saints, parcourir les mêmes chemins que le Christ, toucher la pierre sur laquelle il s'assit, éventuellement en emporter un fragment qui deviendra une relique. On a tardivement *représenté* le

Chemin de croix et, dans ce cas encore, la reconstitution globale, avec un souci minutieux du nombre de pas entre les stations, a longtemps prévalu sur les figurations plus abstraites. On ne construisait pas pour l'œil, mais pour les pieds, pour la souffrance d'une pénible ascension. Ce souci de rendre présent le surnaturel laisse peu de place à un statut "représentatif" de l'image. Pour être indice d'une présence, elle doit se prêter à une expérience globale, solliciter une interaction avec le spectateur, agir autant qu'il agit. Aussi lui prête-t-on des comportements miraculeux qui conviennent mieux à l'être figuré : elle saigne, elle pleure, elle parle⁶... Ces manifestations exceptionnelles traduisent toutes un au-delà de l'image que la liturgie, grande ordonnatrice de l'invisible, ne peut manier avec facilité. Pour rendre palpable la présence du divin, il faut manipuler l'invisible, conduire les sens à rendre témoignage de ce qui les dépasse.

Assez curieusement en effet, l'expérience mystique, qui est censée ouvrir sur le supra-sensible, recourt au langage le plus concret de la sensation. L'intuition du divin, ineffable en son principe, devient comme le point de fuite d'un bonheur sensible exprimé dans la conjonction de tout ce que les sens offrent de plus parfait. Voici comment Plotin tente de la traduire dans les *Ennéades* (VI, 7, 12) :

"C'est comme un courant venu d'une source unique : il n'est pas comparable à un souffle ou une chaleur mais plutôt à une qualité unique qui possède et conserve en elle toutes les autres, à une douceur qui serait en même temps odeur, en qui la saveur du vin s'unirait à toutes les autres saveurs, et toutes les couleurs ; elle a toutes les qualités perçues par le tact et aussi toutes celles qui sont perçues par l'oreille, parce qu'elle est toute harmonie et tout rythme."

La saisie de l'Intelligible par excellence est ainsi l'équivalent d'une impossible sensation totalisante. Le même passage à la limite se retrouve, à des siècles de distance, dans un poème des *Fleurs du mal* qui veut rendre l'impression unique produite par la femme aimée :

"O métamorphose mystique
De tous mes sens fondus en un !
Son haleine fait la musique,
Comme sa voix fait le parfum !" ("Tout entière")

A chaque sens correspond un plaisir optimal, qui vient rejoindre celui de tous les autres: à l'ouïe, la musique, à l'odorat le parfum. Il est facile de compléter la série : l'œil aime la lumière, et plus particulièrement la lumière captive dans la substance presque immatérielle des gemmes ; le goût, le miel et la douceur du lait, des vins et des fruits ; le tact enfin, outre la tiédeur des climats édeniques, le contact des tissus les plus lisses, velours et soieries. En vérité, on ne saurait trouver de moyens plus communs d'évoquer "ordre et beauté, / Luxe, calme et volupté." A noter cependant que la littérature mystique détache - non sans ambiguïté - ces images du contexte érotique où elles ont le plus souvent fleuri pour les mettre au service d'une évocation de l'invisible et d'un bonheur dépourvu de toute connotation sensuelle.

Cette rhétorique des sensations se reflète dans le domaine de la liturgie et de l'agencement chrétien du sacré. Les figures les plus apparentes de cette "mise en scène" mobilisent la musique et la lumière. Pour le premier aspect, il suffira de rappeler l'importance liturgique du chant, et de la mettre en rapport avec la signification de l'harmonie chez les disciples de Pythagore et de Platon, qui la considèrent comme l'une des manifestations sensibles les plus évidentes de l'intelligible. Si l'on en croit Porphyre, Pythagore entendait la musique des sphères, et guérissait les malades à l'aide de mélodies agissant à la fois sur l'âme et sur le corps. Au XI^e siècle, selon G. Duby, le développement du chant grégorien tient lieu, en quelque manière, de théologie (1984 : 158-159). Les anthropologues ont par ailleurs noté dans les cultures les plus diverses les liens entre la musique et l'extase : pour des raisons sans doute ignorées de ceux qui en éprouvent les effets, la musique semble toujours avoir sa place dans les expériences les plus hautes de la rencontre du divin ⁷.

Le lien entre une théologie de la lumière et la constitution d'un espace sacré peut être mis en évidence à travers la pensée et l'œuvre de Suger. Citons après tant d'autres la formule où l'illustre abbé de Saint-Denis exprime le mieux le lien entre sa méditation mystique et ses choix esthétiques :

"Lorsque, en dehors de l'amour de la beauté de la Maison de Dieu, la splendeur multicolore

des gemmes m'arrache parfois aux soucis extérieurs, et qu' une noble méditation me conduit à réfléchir sur la diversité des saintes vertus en transposant ce qui est matériel à ce qui est immatériel, il me semble que je demeure comme dans quelque région extérieure à l'orbe terrestre qui ne se trouverait ni entièrement dans la lie de la terre ni entièrement dans la pureté du ciel : par le don de Dieu, je suis transporté de l'espace inférieur à cet espace supérieur de manière anagogique."⁸

Dans la ligne des techniques de méditations définies par le Pseudo-Denys, Suger trouve ainsi dans la contemplation des gemmes les chemins du ciel. Par leurs qualités sensibles - transparence et lumière - celles-ci semblent appartenir moins au monde de la matière qu'à celui de l'esprit. Elles sont, comme les aromates avec qui elles cohabitent dans le paradis terrestre des légendes, un point de passage entre ciel et terre, une manifestation terrestre de la présence du divin. Mais c'est encore à la lumière, enrichie de couleurs et comme mise en scène par le jeu des vitraux que Suger demande d'instituer le climat mystique du sanctuaire. E. Panofsky (1980) a bien montré les implications de cette théologie de la lumière sur l'architecture et le mobilier des cathédrales. Il est à noter que la gestion des sensations visuelles et de leur pouvoir évocateur ne passe pas ici par la fabrication d'une image, ou l'ordonnance d'un spectacle. Il s'agit plutôt de constituer une atmosphère, où le jeu du clair et de l'obscur, la focalisation conjointe de la lumière et du sacré dans les ors d'un ciboire ou les bijoux d'un reliquaire s'offrent comme une expérience globale, inséparable de la musique de l'office et du parfum de l'encens. N'est-ce pas là une heureuse approximation de l'expérience sensible totale que décrivait Plotin ?

A côté de la logique des *optima* sensibles et de leur fusion se présente une autre possibilité : celle d'une utilisation différentielle des diverses gammes de sensations. Peut-on considérer comme significative la manière dont l'Eglise a joué du pouvoir évocateur des parfums? Y a-t-il un lien privilégié entre le recours aux aromates et les stratégies de la présence de l'invisible qui nous sont apparues caractéristiques de la liturgie ?

Rappelons d'abord que, tout comme l'image sainte est présence du divin plus que représentation, le parfum est plus une manifestation qu'un signe. On peut d'abord en juger par la "boucle" que nous offrent les commentaires de la liturgie de l'onction. Que symbolise en effet la pratique effective, l'acte de répandre de l'huile sur le front du nouveau baptisé ? L'onction matérielle, écrit Guillaume Durand, figure l'*onction* de l'Esprit Saint. Il faut emprunter à la description du rite le langage qui doit rendre l'opération mystique en train de s'accomplir. Où est le signe, où est la chose ? Moins qu'un signe de l'Esprit, le chrême *est* l'Esprit rendu sensible.

Sensible, mais non visible. Le christianisme a en effet multiplié les exploitations rhétoriques du paradoxe qui le fonde : celui d'un dieu qui épouse pour se manifester les figures les plus modestes, les plus basses, même, de l'existence humaine. Jamais l'image du Christ n'est plus forte que dans les manifestations les plus radicales de ce divorce, la Crèche ou le Calvaire. Comprendre le message de l'Homme-Dieu, c'est toujours dépasser les apparences, reconnaître le divin qui se cache, aller vers l'invisible qui donne son vrai sens à des scènes bien faites pour égarer l'impie. Mais ce qui se dérobe à la vue n'existe pas seulement pour l'esprit. Le Moyen Age chrétien a voulu placer sur le terrain des sens un au-delà du visible qui se confond d'abord, d'une manière toute matérielle, avec un intérieur caché, opposé à l'enveloppe externe offerte au seul regard. Cette enveloppe est d'abord le corps visible du Christ. L'intérieur, son sang. Mais celui-ci ne doit pas seulement exister pour l'oeil, il doit manifester de façon sensible la divinité invisible. Et c'est vers les parfums que l'on se tourne pour résoudre ce difficile problème :

"L'homme était captif, blessé, puant. C'est pourquoi le Christ voulut être blessé, afin que le sac soit éventré, et que le trésor en sorte, par lequel le captif est racheté. (...) Dieu envoya sur terre un sac plein de sa miséricorde. Ce sac, dis-je, il le fit mettre en pièce dans la Passion, afin qu'il se vide, parce qu'en lui se trouvait notre rançon. Deuxièmement, le Christ était plein d'onguent, autant qu'un vase d'albâtre [allusion au vase de Marie-Madeleine], et pour cela il voulut qu'il soit brisé par de nombreuses blessures : afin que l'onguent précieux en sorte, par lequel le blessé est guéri. (...) Troisièmement, le corps du Christ fut rempli de baume, comme un magasin, et il voulut que cette

réserve soit ouverte pour que le baume s'en écoule, par lequel celui qui pue est guéri. Cette resserre fut en effet ouverte quand le soldat ouvrit son flanc de sa lance" (1874 : 415).

Ce sermon sur la Passion de Jacques de Voragine file avec un parfait mauvais goût la métaphore de l'ouverture, de la manifestation d'un "intérieur" précieux. Retenons surtout ici que ce dedans sanglant que la Passion découvre est aromatique. Simple métaphore de la Rédemption, inspirée par l'image du médecin ? Du moins la référence aux aromates est-elle, comme on a déjà pu le voir, associée de façon plus concrète à la personne du Christ. Jacques de Voragine lui-même détaille, dans un autre sermon, les trésors aromatiques que recèle le corps du Sauveur :

"Son souffle était en effet très odoriférant, parce qu'il venait de sa poitrine qui était le réceptacle de toutes les grâces. Car il y eut dans le Christ de la myrrhe, c'est à dire une chair mortifiée ; il y eut de l'encens, c'est à dire une âme très dévote ; il y eut du baume, c'est à dire la précieuse nature divine" (1874 : 382).

Nous nous trouvons ici sur un terrain où le partage est difficile à faire entre les propriétés supposées du corps du Christ - son souffle était sans nul doute, dans l'esprit de Jacques de Voragine, réellement parfumé - et un usage symbolique de la référence aux aromates. Le parfum, peut-être simplement parce qu'il échappe à la vue, est mis en relation avec la signification mystique de l'intérieur qui se révèle⁹. Rétive à l'oeil, la "précieuse nature divine" s'offre à l'odorat. Le baume désigne sa présence, il fait bien plus que la représenter.

Ces remarques suffisent à rendre improbable, au Moyen Age, le projet de figurer le parfum : il s'agirait en somme d'une régression du spirituel vers le matériel, en contradiction totale avec le jeu spontané de ce "symbole naturel" du divin que constitue une senteur suave. Mais ce résultat négatif doit être nuancé. D'une certaine manière, en effet, le problème rhétorique (ou logique) posé par la figuration du parfum recoupe toute la problématique médiévale de l'image : opérer un passage du visible à l'invisible. Il peut être intéressant d'en mesurer les implications sur le rapport à l'image qu'elle conduit à définir. Celle-ci existe en effet dans sa véritable dimension spirituelle pour le culte et par le culte. Elle suppose donc une interaction du sujet et de l'objet : une image active et un spectateur actif. Cette relation ne peut-elle être favorisée par la forme même de l'image, lorsqu'elle se donne pour objectif de figurer cet *invisible* qu'est le parfum ? Avant d'aborder cette enquête, qui conduira à définir la rhétorique des images du parfum, on peut encore chercher à préciser les conditions de possibilité de ce type de figuration. En quoi l'odorat est-il tout particulièrement apte à susciter une expérience mystique ? Bien sûr, parfums ou fumigations aux effets psychotropes jouent souvent un rôle dans les extases provoquées. Mais rien de ces procédés ne semble devoir être invoqué en ce qui concerne leur usage liturgique dans le christianisme¹⁰, et il suffira de se référer à une expérience "esthétique" des parfums pour voir ce qui la distingue de celle des autres sens : l'odorat serait-il donc, par excellence, le *sens mystique* ?

Esquisse d'une phénoménologie de l'olfaction

Il serait bien utile de posséder à propos de l'odorat des travaux aussi développés que ceux concernant l'expérience, affective ou visuelle, de l'espace, mais la littérature en la matière est à ma connaissance assez pauvre, et ce qui suit porte la trace évidente de cette lacune (ou de mon ignorance). Il est du moins possible de découvrir quelques données théoriques stimulantes, qui seront complétées par l'analyse de textes littéraires posant à leur manière le problème de l'expérience et de la description des odeurs. En espérant que ce bricolage apportera quelques lumières, je me tournerai d'abord vers l'*Anthropologie* de Kant : référence ambiguë, où il faudra reconnaître à la fois une certaine vérité et des symptômes d'un discours culturel de l'olfaction bien difficile à séparer des tentatives d'approche théorique.

"Les sens du goût et de l'odorat sont plus subjectifs qu'objectifs. (...) On peut dire que tous les deux sont affectés par des sels (fixes ou volatiles) dont les uns doivent être dissous par la salive

dans la bouche, les autres par l'air ; ces sels doivent pénétrer dans l'organe pour que celui-ci éprouve sa sensation spécifique. (...) L'absorption par l'odorat (dans les poumons) est encore plus intime que celle qui se fait dans les capacités réceptrices de la bouche et du gosier" (1979 : 39-40).

La vue "s'approche plus que les autres d'une intuition pure". Elle compte parmi les sens externes (avec l'ouïe et le toucher digital) qui "conduisent par la réflexion le sujet jusqu'à la connaissance de l'objet comme d'une chose hors de nous". Les sensations olfactives, au contraire, n'existent que comme agrément ou désagrément. Toujours très affectives, elles n'informent guère, sinon, d'une manière générale, sur les risques que fait courir à la santé un "air nocif". Mais, dans ce cas, il ne s'agit que d'une répulsion instinctive, et non d'une véritable connaissance.

Selon Kant, il n'y a donc pas, par rapport à une odeur, de réception neutre et distante, mais toujours une situation clairement ressentie d'interaction. La puanteur agresse, se donne comme une menace pour le corps. En contrepartie, un parfum ne permet-il pas une participation charnelle à un univers paradisiaque ? On peut encore conclure que l'expérience olfactive est difficilement transmissible. Marquée par une absolue subjectivité, elle ne se laisse pas décrire parce qu'elle résiste à l'universalité du concept. Intime par les conditions mêmes de sa réalisation (Kant va jusqu'à faire des poumons l'organe de l'olfaction !), elle l'est aussi en tant qu'expérience de soi plus que d'un objet. L'odeur existe comme plaisir ou déplaisir, et non comme réalité séparée du sujet. Cela suffit à lui conférer un mode d'existence énigmatique, celui d'une expérience pure où matière et esprit semblent indissolublement liés.

Les chemins de cette déréalisation du parfum se retrouvent dans les conditions de son usage. Enfermé dans un flacon, le parfum est bien une matière, mais il n'est pas encore un parfum. Le faire exister, c'est le détruire. Il n'existe qu'en se niant, du moins en se sublimant jusqu'à ce mode d'être invisible que seul l'odorat peut saisir. Le chemin semble court de la matière à ce qui la dépasse - plus court que dans toute autre expérience sensible. Le langage commun le dit à sa manière : un parfum n'est-il pas un *esprit*, une *essence*, la part la plus noble que le pilon ou l'alambic arrachent à une matière déjà précieuse ? On comprend ainsi toute la force suggestive des emplois du parfum comme signe de l'esprit. Et il faut reconnaître dans son impalpable présence la possibilité d'une satisfaction en quelque sorte sans objet.

Une seconde indication utile nous est offerte par Dan Sperber dans *Le symbolisme en général*. Celui-ci note tout d'abord la relative pauvreté du vocabulaire des odeurs dans toutes les langues, y compris celles de sociétés connaissant une culture de l'olfaction beaucoup plus développée que la nôtre. Cette faible aptitude à nommer contraste avec une capacité de discrimination aussi grande que celle des autres sens : nous pouvons distinguer des dizaines de milliers d'odeurs. Mais au lieu de donner lieu à un classement systématique, comme les couleurs, les odeurs ne sont généralement désignées que par leurs causes et leurs effets. En dehors des catégories générales du parfum et de la puanteur, elles ne sont ni rapprochées, ni intégrées de façon hiérarchique à des classes intermédiaires. Cela peut être mis en rapport avec la seconde singularité de notre pensée des odeurs, leur place dans la mémoire : "On reconnaît [les odeurs], mais on ne s'en souvient pas. Si je veux me souvenir de l'odeur de rose, c'est en fait une image visuelle que je convoquerai : un bouquet de rose sous mon nez (...), et j'aurai presque l'impression de sentir cette odeur, impression trompeuse cependant qui s'effacera dès que, délaissant le souvenir des objets dont elle émanait, j'essaierai de reconstituer mentalement l'odeur elle-même" (1974 : 129). De même, la reconnaissance d'une odeur, possible à des années de distance, réveille de longues suites de souvenirs.

La rencontre de ces particularités explique, selon Sperber, "l'extraordinaire pouvoir d'évocation" des odeurs¹¹. Incapable de décrire ou d'analyser l'information olfactive, notre esprit met en marche un jeu d'associations qui contourne en somme la difficulté en reportant l'attention de l'odeur elle-même à tout ce qui l'entoure. Ce "commentaire" ressemble fortement à une production poétique et correspond à ce que Sperber appelle la mise en place d'un "dispositif symbolique".

Que l'on adopte ou non la théorie de l'auteur, qui voit dans cet exemple une illustration d'un processus général, on découvre dans cet exposé des caractères de l'olfaction qui éclairent le sens de

la référence au parfum tant dans le discours mystique que dans la poésie. Tout d'abord, la pauvreté du langage. L'évocation d'un parfum (réel ou supposé) ne doit-elle pas susciter immédiatement le sentiment de l'ineffable ? L'échec du langage n'est-il pas en parfaite correspondance avec la transcendance de l'objet qu'il sert à évoquer ?

Mais cette carence du langage (et de la conceptualisation) est aussi la condition d'une autre stratégie : celle des associations symboliques. Le manque initial se trouve comblé par une profusion d'images qui se donnent comme *la seule pensée possible* de l'olfaction. La poésie de Baudelaire constitue encore une excellente illustration de ce processus¹² :

"Quand les deux yeux fermés, en un soir chaud d'Automne
Je respire l'odeur de ton sein chaleureux
Je vois se dérouler des rivages heureux (...)
Guidé par ton odeur vers de charmants climats,
Je vois un port rempli de voiles et de mâts"... ("Parfum exotique")

Le passage est immédiat du parfum à l'image, et le poète "théorise" même le phénomène :

"Comme d'autres esprits voguent sur la musique,
Le mien, ô mon amour! nage sur ton parfum." ("La chevelure")

Sperber enfin soulignait le travail bien particulier de la mémoire qui accompagne la reconnaissance d'une odeur. Baudelaire unit intimement sa poétique du parfum à des figures de la nostalgie et du souvenir, faisant de l'odorat le médiateur entre le présent et le passé. Les occurrences sont trop nombreuses pour que l'on tente un relevé systématique. Je ne retiendrai que deux exemples :

"Charme profond, magique, dont nous grise
Dans le présent le passé restauré !
Ainsi l'amant sur un corps adoré
Du souvenir cueille la fleur exquise." ("Le parfum")
"Dans tes jupons remplis de ton parfum
Ensevelir ma tête endolorie
Et respirer comme une fleur flétrie
Le doux relent de mon amour défunt." ("Le Léthé")

Il faudrait enfin citer les nombreuses transcriptions de l'olfactif dans tous les registres de la sensation. Le fameux sonnet *Correspondances* n'applique en vérité dans les tercets la "théorie" mise en place dans les quatrains qu'à la tentative de définition de deux types de parfums. La référence à la musique, ici comme ailleurs, est prépondérante : rencontre compréhensible, si l'on considère qu'à bien des égards, son pouvoir évocateur repose sur des limites de la conceptualisation analogues à celles rencontrées à propos des parfums.

Ce qui précède débouche sur un résultat paradoxal. D'une part en effet, nous avons vu que toute tentative pour actualiser une odeur absente engendre des images, et que tout effort pour préciser la conscience d'un parfum présent se transforme en "invitation au voyage". Mais, d'autre part, il faut bien conclure que ces relations sont unilatérales : toujours on passe du parfum à l'image, jamais de l'image au parfum. Les pages des *Fleurs du mal* sont tout aussi inodores que celles des magazines imageant les créations des parfumeurs. Et pourtant, on peut les considérer comme des tentatives pour accomplir à l'envers le parcours de l'activité symbolique, pour offrir au destinataire du message un parfum qu'il n'a jamais senti. Nous avons déjà vu, à travers des exemples médiévaux, comment les deux processus peuvent converger dans la mise en place d'un code culturel, dans ce que nous avons appelé l'univers sémantique des parfums. Même si, comme le note D. Sperber, chacun est poète pour lui-même (c'est à dire : construit ses propres systèmes d'associations), il existe un espace assez large où les productions individuelles se rejoignent. A cet égard, la poétique baudelairienne des parfums n'échappe pas, il faut bien le reconnaître, à des références entendues et attendues : connivences dont la carrière est loin d'être achevée. Les images publicitaires de parfums ne sont-elles pas les *Fleurs du mal* du pauvre, l'accentuation pesante de ce que l'œuvre du poète comporte de

moins original ?

Une autre voie reste cependant ouverte. Comme on a pu le voir, la poésie ne se contente pas de mettre en scène le parfum, elle reflète aussi les contraintes formelles imposées à la conscience que l'on en peut avoir. La description de cette expérience nous a permis de préciser des particularités de la conceptualisation et du langage de l'olfaction que nous n'avions d'abord saisies qu'à travers le problème logique ou rhétorique de la figuration de l'invisible. Il faut maintenant en tirer des conséquences touchant à la forme même des images du parfum - si tant est qu'il en existe. Mais, pour mener à bien cette ultime analyse, il convient encore de situer le cas particulier des parfums dans le cadre de ce qui restait ci-dessus une théorie de l'olfaction en général. Il nous faut enfin déterminer le sens de l'expérience du parfum dans les cadres culturels où elle s'accomplit : essentiellement la mystique et l'érotisme. De Plotin à Baudelaire, un lien tout particulier semble se dessiner entre les parfums et l'expérience mystique de l'Absolu - qu'il soit cherché dans des amours divines ou humaines. Peut-on donner une interprétation anthropologique de cette expérience ? Découvrir dans la relation aux parfums (réels ou suggérés) la forme d'une expérience humaine plus fondamentale ?

Du sens à la forme. La rhétorique du parfum

Pourquoi la séduction a-t-elle besoin de parfums ? Pourquoi soutiennent-ils si bien une expérience mystique ? A ces questions, je n'ai pu apporter que des réponses balbutiantes, car elles appellent sans doute la collaboration d'une anthropologie culturelle et d'une physiologie de l'olfaction qui, pour l'essentiel, reste à mettre en place¹³. On est bien sûr tenté d'invoquer le rôle immense de l'odorat dans la sexualité animale (les phéromones etc.)... Est-ce bien éclairant ? Ne risque-t-on pas évacuer trop vite le rôle de la culture ? Et comment raccorder ces spéculations au problème religieux sans sombrer dans un réductionnisme inacceptable ?

Pour y voir plus clair, il faut peut-être souligner que l'expérience du parfum qui nous a ici occupée est toujours celle d'un *artifice* humain. On n'a pas eu à connaître de l'odeur de la rose au jardin - seulement de l'eau de rose sur la couche de l'amante. Bien plus : l'art du parfumeur est de produire des odeurs nouvelles et complexes, qui, au lieu de susciter un "réflexe référentiel" (l'identification d'une odeur de citron, de jonquille...) ouvrent les chemins de l'activité symbolique. A supposer même que l'on parvienne à reconnaître dans un savant mélange quelqu'un de ses composants, on n'en a le plus souvent qu'une expérience inséparable de celle du monde des parfums. En règle générale, c'est donc une senteur *sui generis* qui est visée ou perçue. Et si l'artisan ne parvenait pas à la produire, il se consolait encore de savoir ou de croire que le parfum se fond avec l'odeur de celui qui le porte, particularisant à l'infini les produits les plus standardisés...

En second lieu, le parfum que chante le poète est toujours déplacé, intégré au monde de la culture. Est-ce un hasard si, dans le sacrifice grec, la crémation des aromates voisine avec l'institution - humaine par excellence - du feu de cuisine ? Œuvre de la culture, le parfum vient toujours se loger au point où l'humanité explore ses limites, par le haut, vers les dieux, par le bas, vers le sexe. Chez les grecs, il vient encore redoubler l'expérience troublante de l'alimentation carnée, et beaucoup de cultures l'associent à la mort, l'embaumement combattant de son mieux l'odeur délétère du cadavre et sa putréfaction. On découvre sans peine une analogie entre ces situations: le parfum n'a-t-il pas, dans tous les cas, valeur d'*euphémisme* ? N'impose-t-il pas le rideau protecteur de la culture entre le sujet et des expériences où son humanité vacille ? Point d'*odor di femina*, sinon pour la narine d'un Don Juan à la sexualité excessive, mais les parfums raffinés de l'amante ; point de viande hésitant entre la senteur fade du cru et la puanteur du brûlé, mais le fumet des aromates. Exorcisme enfin de tout ce que la mort, avec la putréfaction du cadavre, a de platement naturel.

Dans le christianisme, qui a si bien métaphorisé le sacrifice, la dépense de parfum apparaît comme le geste sacrificiel par excellence. N'oublions pas que c'est en référence au parfum répandu par la Madeleine que les ritualistes justifient l'usage de l'encens. Le parfum des amours humaines devient figure de l'amour du divin. L'image d'un Christ aromatique, d'un sang parfumé ou transfiguré

en l'espèce du vin éloignent encore la présence brutale de la mort. En définitive, une expérience sensible heureuse accompagne l'évocation de la mort, de l'amour, et du divin. A l'odorat se joint le goût, avec la consommation euphémisée du corps de Dieu. Le rituel semble concentrer toutes les expériences humaines les plus problématiques pour assurer leur maîtrise.

Et pourtant le parfum ne substitue pas purement et simplement à une expérience troublante la représentation claire et pacifiée d'un sens. L'expérience olfactive reste une expérience troublante, qui confronte la pensée à ses limites et l'entraîne sur des chemins où la raison n'a pas sa place. Si Dieu se fait parfum, si les odeurs de l'amour se convertissent en arômes ineffables, c'est encore pour mieux capter, par les chemins de la sensation, toutes les ressources de l'imaginaire. Conversion ambiguë, qui trouble le corps pour lui donner une âme et engendrer le pressentiment d'un Absolu que ni la pensée pure ni le plaisir physique réduit à lui-même ne sauraient procurer. Sur ce chemin, on retrouve tout naturellement la formule rhétorique de l'euphémisme, qui oblige la sexualité à se faire érotisme et ouvre la porte au fantasme. On trouve aussi une satisfaction sans objet assignable, une expérience où, comme on l'a vu, l'objet n'existe qu'en tant qu'état affectif du sujet : situation en quelque façon analogue à l'ultime fusion dans l'objet d'amour que vise le mystique.

Au parfum il revient en effet, plus qu'à tout autre chose, de dissoudre l'altérité. N'est-ce pas ce pouvoir que l'on cherche à capter, moins dans une expérience réelle que dans des évocations où pointe le fantasme d'une parfaite satisfaction de tout désir ? Or le fantasme n'est pas une image, une "peinture muette sur un tableau", il est une *expérience* imaginaire dans laquelle le sujet est présent tout entier, et tout entier satisfait. Expérience limite, donc, où l'on vit une situation qui n'est pas celle du sujet toujours hors de lui-même, clivé par le désir. La mythologie des parfums exposée au début de cette étude manifestait à sa manière, à travers les figures de la médiation, l'espoir d'une fusion dans l'Absolu divin, le parfum venant toujours rappeler le rêve d'une autre vie hors des limites et des ruptures qui définissent la condition humaine. Centrée sur les figures du passage, de la frontière abolie, ce système de représentations impose des formes au discours, une rhétorique dont les images du parfum (dans l'ordre du langage ou de l'image proprement dite) peuvent encore se nourrir. D'une manière moins spécifique, l'art typologique, le rapport à l'icône marquent tous la forme d'un *transitus*, d'un accès à un au-delà de l'image impliquant, plus qu'un simple regard, une activité du sujet.

Du point de vue de sa forme, l'image du parfum, si elle existe, serait ainsi à la rencontre de deux rhétoriques étroitement liées, en relation avec la figurabilité de la médiation et celle du fantasme. Dans les deux cas, il s'agirait de dépasser l'image-spectacle pour transformer la relation d'altérité sujet-objet en expérience hallucinatoire de leur fusion. En outre, on attendrait que l'image répète les formules d'euphémisme et de déplacement qui s'attachent à la signification culturelle des parfums, accomplissant ainsi le premier pas sur le chemin "anagogique" du pressentiment de l'Absolu ; capable, plutôt, d'en constituer le mirage.

Il reste en conclusion à confronter ces hypothèses à un ordre de faits susceptibles de les corroborer ou de les infirmer. Pour cela, je dois présupposer que des images du parfum existent bel et bien - entendons : des images destinées à évoquer un parfum. Je les reconnâtrai donc, faute de mieux, dans les pages publicitaires de parfums féminins parues dans les magazines ces dernières années. Les analyses proposées ici permettent-elles de les comprendre ? Les remarques qui suivent n'ont rien d'une analyse systématique, et ne s'appuient que sur un échantillon limité d'images publicitaires (130 environ). Ce que j'en dis n'est exclusif d'aucune autre démarche, et ne prétend pas à l'exhaustivité¹⁴.

Je ne détaillerai pas les références nombreuses à l'univers sémantique des parfums présenté au début de cette étude : l'Orient, un monde sauvage ou exotique, les magies de la séduction occupent une place importante dans la publicité des parfums. Retenons simplement de cet ensemble des thèmes liés à une mise en forme. Ainsi le fait que le parfum est intégré à un univers de luxe et de gratuité qui le sépare nettement de tout autre cosmétique. Cela se mesure en particulier à l'importance du flacon, toujours figuré en bonne place dans l'image publicitaire. Celui-ci est bien

loin d'exprimer la fonctionnalité qui domine le design contemporain. A de rares exceptions près, il se signale au contraire par une surcharge et une esthétique sans âge. Une clé est donnée par la publicité de *First* : sur fond noir émerge un lourd pendant d'oreille, dont le flacon, figuré au dessous, répète la silhouette. "*First*, bijou sublime", lit-on en haut de la page. Et en effet, le parfum est un joyau. Il revient en particulier au flacon de le rappeler. Comme un bijou, il unit la pierre et l'or des montures : verre sinon taillé, du moins moulé en des formes toujours différentes, bouchons ou sertissures de métal brillant. Le bouchon lui-même, massif et ouvragé, évoque souvent le miroitement des gemmes taillées. Ainsi élevé dans la sphère des trésors, des richesses qui n'ont pas de prix, le parfum manifeste une véritable transcendance. Il s'impose comme une dimension obligée de la relation amoureuse, et pose l'amour lui-même comme la plus haute des valeurs.

De même, la femme figurée a souvent une attitude extatique : on la montre les yeux fermés, en train de s'enivrer de parfum (*L'air du temps*, *First*, *Fidji*). Extatiques encore, de façon différente, l'amante de *Loulou* aux yeux énamourés, aux lèvres entr'ouvertes, et la belle inquiétante de *Poison*, regard bleu vers le ciel, bras tordus et mains chargés de flacons dont elle semble faire offrande à quelque divinité. Images aussi de la femme fatale, dont il est facile de repérer les références culturelles. Mais l'érotisme rejoint ici un climat de religiosité, dont la figure de la sorcière exprime peut-être la face noire et transgressive.

Outre ce jeu sur des valorisations culturelles déjà assises dans l'univers des parfums, les images reposent sur des effets rhétoriques assez récurrents pour être significatifs. Partons de l'essentiel, qui se dérobe dans son évidence même : l'image du parfum est d'abord une image de femme. Mais, sur le fond de cette métonymie se manifeste un second déplacement. La femme est d'abord un *visage*, le corps est rarement mis en avant, le nu montré tout à fait exceptionnel. Le parfum est ainsi suggéré par ce qui en l'homme reflète spiritualité et identité¹⁵. Présence insondable où s'esquisse l'ineffable d'une senteur.

Il faut encore mettre en scène la difficulté même de l'accès à la représentation, et l'image du parfum joue en effet volontiers des limites du visible : obscurité d'où n'émergent que quelques traits d'un visage (*First*, de Van Cleef et Arpels), léger flou et brume rosée d'un portrait de femme (*L'air du temps*, de Nina Ricci), jeux de voile et de dévoilement associé à des images d'abord trop lointaines, puis trop proches et donc morcelées (*Arpège*, de Lanvin). Le voile apparaît d'ailleurs très souvent, sans que son fonctionnement érotique soit expressément sollicité. On pourrait, en cumulant ces traits, parler d'une esthétique du halo, de l'aura, qui vient encore idéaliser les figures de l'érotisme le plus explicite (*Loulou*, de Cacharel). Esthétique de l'espace invisible rendu sensible - l'air est brume ou couleur, mouvement d'un voile - et de l'effacement de l'espace visible : d'où, peut-être, la récurrence du thème de la mer, souvent saisie comme un infini brumeux.

Enfin, pour jouer pleinement son rôle de tremplin anagogique et devenir fantasme, l'image devrait sortir de sa passivité, de sa distance par rapport au spectateur, et donc l'impliquer dans une relation active. L'appoint du sacré (religieux ou artistique) étant difficilement concevable dans le cas d'un message publicitaire, c'est là l'aspect du programme idéal défini plus haut le plus difficile à remplir. Je ne citerai qu'un élément assez fréquent pour n'être pas fortuit : comme si le parfum était un premier message de la beauté et ouvrait l'espoir d'un plus parfait dévoilement, la femme peut être figurée de dos (*Maxim's de Paris*), parfois légèrement tournée vers le spectateur et semblant découvrir sa présence (*L'Heure Bleue*, de Guerlain). Cela donne un dynamisme à la figuration, dessinant comme un espace d'interaction : le spectateur est présent dans la scène, il suscite un dévoilement et rêve de le prolonger en pénétrant dans l'image.

Nul doute qu'il y a loin d'une Madeleine médiévale à la belle sorcière de *Poison*. Je ne suis pas certain de la fécondité d'une confrontation systématique visant à retrouver dans les images d'aujourd'hui les anciennes mythologies des parfums. Du moins le résultat est-il trop prévisible pour être intéressant : la permanence d'un univers sémantique est évidente, et l'on découvrirait sans doute, motivé dans le seul champ de l'érotisme, ce qui en d'autres temps prétendait en outre exprimer le divin. Je voulais surtout dans cette étude baliser un champ de possibles, celui des stratégies de l'évocation visuelle des parfums. A côté d'une mythologie qui risque toujours de dégénérer en un

code, j'ai tenté de définir des contraintes formelles d'abord liées au paradoxe d'une figuration de l'invisible, enracinées ensuite dans la spécificité de l'expérience olfactive, motivées enfin par la forme d'euphémisme commune à tous les emplois culturels des parfums. Tous ces éléments m'ont semblé concourir à susciter le mirage d'une expérience olfactive idéale qui serait perte de soi, fusion mystique dans l'objet d'amour. Mais s'il est vrai que l'interdit est toujours présent jusque dans le fantasme, ne faut-il en voir la trace dans la rhétorique de l'euphémisme qui marque en profondeur la culture des parfums ? Dans le roman de P. Süsskind *Le parfum* gît peut-être une vérité que le produit du parfumeur a justement vocation de taire : le parfum idéal dont le roman décline le fantasme est un *parfum de femmes*. En lui se concentre toute la beauté des plus belles mortelles. Mortelles, en effet : il a fallu les tuer pour s'approprier cette ineffable essence. Et le héros qui en abuse est mis en pièce et mangé par une horde remplie de folie amoureuse. Assimilation littérale du sujet et de l'objet.

Notes

1. Sur le code des saveurs culinaires : P. Bourdieu, 1977 ; sur la signification sociale des différents parfums : A. Corbin, 1982.

2. Pour ne pas alourdir notes et références bibliographiques, je me borne à renvoyer, pour tout le dossier de la mythologie médiévale des aromates, à mon livre (1990b) dont les deux premières parties de cet article présentent une brève synthèse. Ne seront référencés que les textes cités et les ouvrages théoriques en relation directe avec la question de l'image.

3. Sur ces techniques de lecture et leurs liens avec la constitution d'une mythologie chrétienne, cf. J.-P. Albert, 1990a.

4. Un très riche dossier de l'iconographie magdalénienne nous est proposé dans le catalogue de l'exposition *La Maddalena tra Sacro e Profano* (M. Mosco ed., 1986) d'où sont extraites plusieurs des images présentées dans cet article. Les traits que nous avons retenus à propos du tableau de Petrus Christus s'y retrouvent avec beaucoup de constance, en particulier le rôle joué par la chevelure de la Madeleine. Celle-ci est également le seul personnage dont on voit les cheveux dans la quasi totalité des descentes de croix gothiques présentées au Musée d'Art Catalan de Barcelone. Pour une analyse très stimulante des figurations de la Madeleine et, plus généralement, du statut de l'image sainte au Moyen Age, cf. G. Didi-Huberman, 1985.

5. Je cite A. Rocchetta, voyageur italien de la fin du XVI^e siècle dont la partie égyptienne du récit de voyage en Orient a été publiée dans la collection des "Voyageurs occidentaux en Egypte" par l'Institut Français d'Archéologie Orientale du Caire (1974 : 47). D'autres pèlerins parlent d'une "forte odeur de baume" ou simplement d'une "odeur très suave". Pour une analyse plus complète des fragrances de Matarieh, voir mon livre, 1990b, ch. VI.

6. Sur le statut de l'image dans les différentes Eglises chrétiennes, voir F. Boestplug et N. Lossky (ed), 1987, et tout particulièrement la contribution de J.-C Schmitt (*loc. cit.*).

7. Citons à ce propos le travail passionnant de G. Rouget, 1980, en précisant qu'il rejette avec beaucoup de force et de clarté les interprétations réductionnistes (ou biologistes) du phénomène.

8. Le souci de révéler un "intérieur" précieux valant comme métaphore concrète d'une essence, ou d'un *esprit*, se donne également à lire dans l'image du pressoir mystique. Pour une brève analyse : J.-P. Albert, 1988.

9. A. Lecoy de La Marche (ed), *Œuvres de Suger*, Paris, 1867, p.198. Je donne de ce texte très célèbre une traduction qui s'inspire à la fois de celle de E. Panofsky (1980) et J.-C Schmitt (1987). Pour un commentaire, voir ces auteurs et G. Duby, 1966.

10. La même remarque pourrait être faite à propos des usages liturgiques du vin qui, dans le christianisme, excluent rigoureusement toute sacralité de l'ivresse. Je mets cette particularité du christianisme en relation avec le partage qu'il opère (de façon certes ambiguë) entre la nature et le surnaturel dans "Le vin sans l'ivresse. Remarques sur la liturgie eucharistique", *Le ferment divin*, ouvrage collectif sous la dir. de D. Fournier et S. d'Onofrio, Editions de la Maison des sciences de l'Homme, 1991, p. 77-91.

11. Cette idée est devenue au cours des dernières années un lieu commun des publications consacrées à l'olfaction (cf. L. A. Roubin, 1989). Les professionnels de la parfumerie eux-mêmes s'y réfèrent : sans doute y voient-ils un bon argument commercial. La chronologie des publications ne permet pas d'affirmer avec une entière certitude qu'il faille en attribuer la paternité à D. Sperber, mais il reste en tout état de cause à mes yeux le seul à en avoir tiré des conséquences théoriques intéressantes.

12. On a souvent noté l'importance des notations olfactives dans la poésie baudelairienne, et il s'agit en effet d'un cas d'espèce. Des sondages opérés dans la poésie du XIX^e siècle (et quelques lectures exhaustives) m'ont permis de mesurer cet écart. Les poèmes cités ici, tous inclus dans *Les fleurs du mal*, ne constituent qu'un échantillon très partiel. *Le spleen de Paris* offrirait des exemples aussi nombreux. A noter cependant que ces notations sont à peu près absentes d'autres écrits de Baudelaire, par exemple de ses journaux intimes : cela donne à penser que l'importance des parfums est à concevoir par rapport à un système poétique plus qu'en référence à une personnalité.

13. Dans mon esprit, les particularités physiologiques de l'olfaction doivent être mises en rapport (comme le fait D. Sperber) avec l'activité d'une fonction symbolique afin, si possible, de mieux comprendre l'efficacité symbolique des pratiques sociales et des rituels dans lesquels sont manipulées des odeurs. L'ouvrage de Lucienne A. Roubin (1989) prend une direction toute différente et, à mon sens, fort contestable en prêtant à l'environnement olfactif, subi ou apprêté, des effets directs (d'ordre physiologique) sur la pensée et le comportement des personnes. Le postulat de cette influence, outre qu'il me semble difficilement testable, conduit l'auteur à des affirmations pour le moins risquées - celle-ci, par exemple : "la biologie devra ici nous éclairer sur les répercussions de cette diversification des incitations olfactives dans l'élaboration et la persistance des différences de tempérament entre les hommes de la côte [de Provence] et ceux des hauts bassins, différence depuis longtemps connue mais demeurée inexplicquée (1989 : 188)."

14. L'interprétation sociologique de ces images a été délibérément laissée de côté, bien qu'elle eût permis, en dehors même de son intérêt intrinsèque, de compléter utilement mon analyse : par exemple, en précisant les codages culturels du luxe, de l'érotisme, de la féminité. Je songe en particulier à l'article de H. Touillier-Feyrabend (1989), dont j'ai pris connaissance après avoir écrit ce texte et qui recoupe plusieurs de mes constatations. Cf. également les analyses d'Erving Goffman sur la "ritualisation de la féminité" saisie à travers l'image publicitaire, qui s'appuient d'ailleurs sur plusieurs publicités de parfums (cf. *Les moments et leurs hommes*, textes recueillis et présentés par Y. Winkin, Paris, Seuil/Minuit, 1988, pp.150-185).

15. Je ne trahirai pas la coupable constance dans l'hétéroclite qui marque mes références en invoquant ici les belles pages que Hegel consacre au visage dans son *Esthétique* , tome 6 dans l'édition Aubier ("La sculpture"), pp. 157 sq.

Bibliographie

ALBERT, J.-P.

1988 "Le symbolisme du vin dans la liturgie catholique", *La vigne et le vin*, catalogue de l'exposition de la Cité des Sciences et de l'Industrie, Lyon, La Manufacture, p. 339-342

1990 a "Destins du mythe dans le christianisme médiéval", *L'Homme*, XXX, 1 (113), p.53-72.

1990b *Odeurs de sainteté. La mythologie chrétienne des aromates*, Paris, Editions de l'E. H. E. S. S.

BAUDELAIRE, Ch.

1968 *OEuvres complètes*, Paris, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade.

BOESTPFLUG, F. et LOSSKY, N. (ed.)

1987 *Nicée II. 787-1987, Douze siècles d'images religieuses*, Paris, Editions du Cerf.

BOURDIEU, P.

1977 *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Editions de Minuit.

CORBIN, A.

1982 *Le miasme et la jonquille. L'odorat et l'imaginaire social, XVIII^e-XIX^e siècles*, Paris, Aubier.

DETIENNE, M.

1972 *Les jardins d'Adonis. La mythologie des aromates en Grèce*, Paris, Gallimard.

DIDI-HUBERMAN, G.

1985 "Un sang d'images", *Nouvelle revue de psychanalyse* n°32, pp.123-153.

DUBY, G.

1966 *L'Europe des cathédrales, 1120-1280*, Genève, Skira.

1984 *Adolescence de la Chrétienté occidentale, 980-1140*, Genève, Skira-Flammarion (1^e éd : 1967)

DURAND, G.

1854 *Rational ou manuel des offices divins*, trad. C. Barthélemy, Paris, 5 vol.

Jacques de Voragine

1874 *Sermones aurei*, I, *Quadragesimale aureum*, éd. A. Figarol, Toulouse.

1967 *La Légende dorée*, trad. J.-B. M. Roze, Paris, G. F., 2 vol.

KANT, E.

1979 *Anthropologie du point de vue pragmatique*, trad. M. Foucault, Paris, Vrin.

MOSCO, M. (ed.)

1986 *La Maddalena tra Sacro e Profano. Da Giotto a De Chirico*, Arnoldo Mondadori Editore, Milan et S.E.S. s.r.l.-La casa Usher, Florence.

PANOFSKY, E.

1967 *Architecture gothique et pensée scolastique* précédé de *L'Abbé Suger de Saint-Denis*, trad. et postface de P. Bourdieu, Paris, Editions de Minuit.

ROUBIN, L. A.

1989 *Le monde des odeurs*, préface de Pierre Chaunu, Paris, Klincksieck.

ROUGET, G.

1980 *La musique et la transe. Esquisse d'une théorie générale des relations de la musique et de la possession*, Paris, Gallimard.

SCHMITT, J.-C.

1987 "L'Occident, Nicée II et les images du VIII^e au XIII^e siècle", in F. Boespflug et N. Lossky, *op. cit.*, p.271-301.

SPERBER, D.

1974 *Le symbolisme en général*, Paris, Hermann.

TOUILLIER-FEYRABEND, H.

1989 "Odeurs de séduction", *Ethnologie française*, "L'apparence", tome 19, 1989-2, avril-juin, p. 123-129.