

La mémorisation affective : Les odeurs

Posted on 1 février 2026 by Patrick Rouillier

Pour parler de la construction de notre mémoire et de notre conscience affective, j'ai choisi à titre d'exemple de la mémorisation des odeurs. C'est un domaine que je connais bien et autant parler de ce que l'on connaît que de ce que l'on ne connaît pas.

Pour bien comprendre le mécanisme de la mémorisation des odeurs il nous est nécessaire d'abord de rappeler les mécanisme de l'acquisition mémorielle.

Lorsque nos sens (seuls contacts avec le monde qui nous entoure) reçoivent un message, visuel, audio, olfactif, gustatif, ou tactile, nos récepteurs vont le transformer en un message électrique transmis à notre cerveau. Celui-ci est alors activé par cet apport d'énergie. Comme tout système énergétique il va chercher à dissiper cette énergie excédentaire pour recouvrer son équilibre. Pour cela il va commencer par comparer le nouveau messages à des expériences passées et l'évaluer par comparaison avec ces dernières. A ce stade le message n'est qu'un simple signal électrique totalement dépourvu de sens. C'est cette mise en relation, cette évaluation comparative qui va lui donner un sens et en faire une représentation compréhensible. La nouvelle expérience va alors entrer dans le champs de notre réseau de conscience. Cette intégration d'une nouvelle information dans un réseau consomme une partie de l'énergie du message reçu (pour intégrer une information dans un réseau et y créer des liens il faut toujours fournir de l'énergie, car un lien implique de l'énergie). D'autre par la comparaison de cette nouvelle information avec le système de valeurs inscrit dans notre conscience va générer un sentiment, un positionnement pour déboucher sur un comportement comme la joie, la peine, le désir, le rejet, la colère, etc. etc. Ce comportement va consommer l'énergie résiduelle du message reçu et remettre notre système mental à l'équilibre.

Détaillons maintenant ce processus à l'aide de quelques exemples :

1. **Définition d'un concept** : Lorsque pour la première fois vous voyez un objet de couleur violette. Vous allez l'analyser par exemple comme plus bleu qu'une tomate, mais moins rouge qu'une fraise. C'est l'acquisition de concept de violet, basée, relative aux notions déjà acquises de tomate de fraise, de rouge ou de bleu. Quand vous rencontrerez à nouveau un objet violet vous le



comparerez à ce concept de violet acquis, mais élaboré en relation de comparaison avec les concepts de tomate, de fraise, de rouge et de bleu. Vous créerez ainsi un lien de dépendance entre cet objet, le concept de violet et les concepts de tomate, de fraise, de bleu et de rouge. Si maintenant on vous demande de le décrire vous pourrez en parler comme d'un objet violet ou d'un objet plus bleu qu'une tomate mais moins rouge qu'une fraise. Deux propos totalement similaires puisque découlant de la même série causale. Un objet ne se définit jamais en soi mais toujours par rapport à d'autres.

2. **Définition d'un mot :** Si vous cherchez dans un dictionnaire la définition du mot : table, par exemple. Vous trouverez : objet formé d'un plateau et de quatre pieds. L'objet sera défini comme une entité matérielle. Pied sera lui défini comme le support d'un objet ou d'un corps humain, plateau comme une surface plane. Chaque objet se décrit, se définit par rapport à d'autres et jamais en absolu.
3. **Définition par relation :** Vous voyez pour la première fois un camion et vous allez l'identifier comme une grosse voiture avec quelques différences d'usage, par exemple le transport de marchandises et non de passagers, faisant relation avec les notions de transport, de marchandises et de passagers. Ce sont les relations de l'image mentale du camion avec d'autres concepts qui vont vous proposer un sens, une représentation de ce camion que vous avez vu. Toute définition d'un nouveau concept se construit sur les concepts déjà acquis. Bien sûr la construction peut se faire dans un autre sens si par exemple vous avez découvert le camion avant de découvrir la voiture vous définiriez alors celle-ci comme un petit camion. Les liens de dépendance dans le réseau n'en seront pas modifiés pour autant.
4. **Formalisme d'une définition :** Plus un objet, une situation, un événement pourront créer de liens de dépendance dans le réseau de notre conscience et plus leur définition sera riche, précise, et plus leur représentation mentale sera nette. Un objet formant de nombreux liens avec le réseau de connaissances acquises se situera dans le domaine du cognitif (descriptible, échangeable, bien défini), par contre un objet formant peu de liens de dépendance avec le réseau sera du domaine de l'affectif (indescriptible, difficilement échangeable, mal défini).

Pour résumer : pour décrire un objet beaucoup de liens font beaucoup de choses à dire, peu de liens font peu de choses à dire .

« Un concept ne se définit jamais en soi mais il dépend toujours d'autres concepts déjà connus. La représentation symbolique d'un concept dépend des représentations symboliques des concepts dont il dépend . Plus un concept est lié à de nombreux concepts plus grande sera sa richesse, et plus sa représentation sera élaborée »

5. **Dépendance des définitions :** Pour montrer l'influence des acquis pour analyser et définir des sensations nouvelles prenons l'exemple de produits



bien connus en parfumerie comme les odeurs du costus, du castoréum ou de la civette. Si vous les sentez, vous aurez un sentiment de répulsion envers une odeur que vous qualifierai de « dessous de bras », transpiration, excrémentielle par référence à ce que vous avez pu connaître auparavant. .Au contraire un parfumeur qui sent ces mêmes produits trouvera leurs odeurs excellentes, car Ils feront référence à des parfums célèbres dont elle constituent les notes de fond qui sont l'assise même de ces parfums. A culture différente, évaluation différente et mémorisation différentes.

On note même que paradoxalement vous pourrez adorer l'odeur des parfums qui contiennent ces ingrédients tout en détestant leur odeur propre

6. **Richesse d'une définition** : Plus une image mentale pourra créer de liens de dépendance avec l'ensemble des éléments de notre réseau de conscience et plus sa représentation sera précise et échangeable. Son image, sa représentation seront alors du domaine cognitif. Au contraire une image créant peu de liens avec le réseau restera peu représentable et quasiment pas échangeable. Elle restera au niveau de l'affectif. Notons qu'il n'y a pas de frontière entre l'affectif et le cognitif, mais un continuum basé sur le nombre de liens potentiellement échangés avec le réseau de la conscience.

7. **La mémoire olfactive.** On a vu plus haut qu'avant de se souvenir il faut mémoriser. Imaginons que l'on vous demande de décrire l'odeur, par exemple, de la lavande. En cherchant dans vos souvenirs vous pourrez la relier à l'image de la plante, les champs en Provence, les anciennes lotions pour bébé, l'armoire où grand-mère rangeait ses draps. C'est à peu près tout et pas grand chose qui définisse l'odeur en soi. Peu de liens de dépendance veut dire représentation peu précise et pas grand-chose à en dire et surtout rien sur la description de l'odeur elle-même.

Si vous posez la même question à un parfumeur il trouvera dans sa mémoire des tas de relations liées au concept de lavande. Les diverses variétés, plus ou moins fines, les hybrides comme le lavandin, des parfums célèbres comme Azzaro pour hommes, Pour un homme, Drakkar noir, Y de Saint Laurent, une notion d'odeur fraîche, herbacée, florale et légèrement camphrée, le célèbre accord Fougère (associée au Géranium, la fève Tonka et la mousse de chêne), ou encore l'odeur de ses constituants (Acétate de linalyle, Linalol, Cinéol ... ou encore une classification dans les notes « agrestes » ... bref un ensemble de référence qui lui permettront d'en avoir une conscience plus précise, même si elle reste encore peu élaborée. Le parfumeur possède également un langage, certes sommaire et schématique, mais qui lui permet de décrire les odeurs et d'échanger avec ses collègues. La vision de parfumeur, de par ses plus grandes connaissances dans le domaine se rapprochera plus d'un univers cognitif que la vision que vous pourriez en avoir.

8. **Les relations logiques** : Comment s'organisent ces relations logiques dans le cerveau. Elles peuvent être de simples relations de comparaison : plus que,



moins que, similaire, différent, contraire, pondérés par des évaluations statistique informelle comme par exemple : très, moyennement, ou peu différent. Ces relations peuvent être également conditionnelles. Par exemple : ce feu de signalisation peut être au rouge, mais devenir vert si un tramway demande le passage. Ce type de relations conditionnelles et tout à fait analogue au fameux algorithmes de l'intelligence artificielle qui peuvent servir à la fois pour construire le réseau de conscience et pour y faire des recherches.

Conclusion

La représentation mémorielle des odeurs reste entièrement du domaine affectif, qui ne peut se baser sur des éléments factuels et bien définis. En effet il n'existe pas d'étalon d'odeur qui puisse servir de référence commune, non plus que de langage permettant de les décrire. Elle reste terriblement abstraite, plus du domaine de la sensation que de description. A l'exception des « spécialistes » qui possèdent une sorte de métalangage basé sur des termes qui n'appartiennent qu'à lui comme :

Boisé, agreste, ambré, chypre, fougère, oriental, animal, aldéhydé ...qui ne signifient rien pour le profane., L'odeur en soi n'a qu'une représentation très globale, floue, très imprécise., plus une impression qu'une représentation structurée. Fautes de concepts pouvant servir de référence, donc dans notre conscience de points de relations causales de dépendance la représentation, base de la description, est impossible.

Il en sera de même dans bien des domaines

1. **La perception visuelle** : Ce que nous voyons est interprété par notre cerveau de façon extrêmement précise et codifiée. Nous savons les représenter par des images (photo, dessin, icônes ...) par le langage écrit ou parlé et sont mémorisés dans le champ du cognitif. Nous avons le jeu de symboles pour construire la représentation
2. **La perception auditive** : ici encore, qu'il s'agisse du langage ou de la musique, elle est parfaitement représentée dans le domaine cognitif. Le langage parlé ou de la musique est une construction intellectuelle très codifiée avec son vocabulaire (noms, adjectifs, verbes, pronoms...) et sa syntaxe grammaticale. La musique (en tout cas la musique occidentale) s'écrit aussi bien qu'elle s'entend, codifiée en terme de fréquences ondulatoires avec sa référence absolue le LA 435, ses notes, ses règles complexe à l'usage des musiciens professionnels. Ici encore nous avons les symboles pour représenter la musique. Notons cependant que quand un « vulgum pecus » comme vous et moi apprenons et mémorisons une ritournelle c'est bien en dehors de toute culture et toute connaissance de ces règles. Nous pénétrons dans l'univers



affectif non formalisé, non symbolisé.

3. **La perception olfactive et gustative** : Nous ne savons pas représenter ces perceptions sous forme codifiée symbolique, il nous manque les briques pour construire le mur. A l'exception de certains professionnels (parfumeurs chefs cuisiniers, critiques gastronomiques) qui ont un début de langage ou de jargon nous abordons ces ressentis de façon globale, informelle. Nous n'avons ni images, ni symbole pour les représenter. Nous avons bien une approche scientifique de l'olfaction mais qui porte plus sur la transmission et la perception des odeurs que sur leur description. En ce qui concerne les odeurs nous manquons des critères qui pourraient être les éléments de sa représentation ... on ne peut bâtir un mur sans avoir les briques ! En ce sens nous sommes bien moins efficace que les animaux qui donnent aux odeurs une interprétation beaucoup plus fine que la nôtre.
4. **La perception tactile** : Encore un ressenti que nous ne savons pas formaliser. Nous avons bien une petite approche de langage comme de dire d'un tissu qu'il est soyeux, rugueux, velouté, ou du contact avec un objet lisse, granuleux ... Rien de bien précis, de bien structuré. Ici encore nous ne disposons pas des éléments symboliques nécessaires à la fabrication d'une représentation.