Buletinul Ştiinţific al Universităţii Politehnica Timişoara
Seria Limbi moderne

Scientific Bulletin of the Politehnica University of Timişoara
Transactions on Modern Languages

Vol. 25, Special Issue: Lexicography, Terminology, and Specialized Knowledge: Tradition, Innovation, and Professional Practice, 2026

Réseaux métaphoriques dans le domaine automobile

Mirela-Cristina POP[*],
Luciana PENTELIUC-COTOȘMAN[**]

Résumé: L'étude met en évidence les contributions du *Dictionnaire contextuel de métaphores de l'automobile* (Pop & Touiaq, coord., 2022b) au développement des recherches en linguistique cognitive étant consacrée à l'analyse des réseaux métaphoriques propres au domaine automobile en langue française. Le *Dictionnaire* repose sur plus de 3000 textes issus de publications françaises spécialisées d'intérêt général du domaine automobile et comporte 597 entrées qui illustrent la richesse des expressions linguistiques métaphoriques liées à la conceptualisation métaphorique dans le domaine automobile. La recherche identifie les principaux réseaux métaphoriques mis en place par le *Dictionnaire* : le réseau métaphorique anthropomorphique, le réseau métaphorique zoomorphique, le réseau métaphorique de l'ingestion et le réseau métaphorique spatial. L'analyse des réseaux métaphoriques mis en évidence dans le *Dictionnaire* étaye l'hypothèse selon laquelle les métaphores, loin de relever d'un simple procédé rhétorique propre au discours spécialisé, participent à la structuration conceptuelle des réalités techniques.

Mots-clés: métaphores, réseaux métaphoriques, conceptualisation métaphorique, linguistique cognitive, domaine automobile

1. Introduction

Omniprésente dans l'espace public, l'automobile incarne les valeurs définitoires de la modernité et s'affirme comme un puissant symbole de liberté, d'émancipation et de réussite sociale. Plus qu'un objet utilitaire devenu indispensable, elle est l'objet d'une construction culturelle, foncièrement symbolique, fascinant et inquiétant à la fois, sujet à l'attachement collectif, suscitant des passions et entrainant l'individu dans une relation pulsionnelle, voire fusionnelle. En tant que telle, l'automobile engendre une

[*] Professor PhD, Department of Communication and Foreign Languages, Politehnica University Timișoara, Romania, E-mail: mirela.pop@upt.ro
[**] Assistant, PhD, Department of Communication and Foreign Languages, Politehnica University Timișoara, Romania, E-mail: luciana.penteliuc-cotosman@upt.ro

BUPT

riche production métaphorique qui se déploie notamment dans le discours des médias spécialisés.

La métaphore, suggestive et médiatrice par sa nature, favorise la compréhension des spécifications techniques, éveille l'intérêt pour l'objet et suscite le désir de se l'approprier. Elle sollicite la logique autant que l'imagination, elle puise dans le vécu et dans l'inconscient et parle à notre être profond. Car, dans l'espace de la métaphore, se rencontrent les représentations collectives de l'objet et la représentation de soi du sujet, la relation de l'individu à l'objet et les valeurs culturelles que la société lui assigne.

Le cadre théorique de la présente recherche puise à la linguistique cognitive qui met au centre de ses préoccupations la théorie de la métaphore conceptuelle. Dans la théorie de la métaphore conceptuelle développée par Lakoff et Johnson (1980), les réseaux métaphoriques désignent l'ensemble des relations systématiques qui unissent plusieurs expressions linguistiques à une même métaphore conceptuelle. Les métaphores ne sont donc pas envisagées comme des phénomènes isolés ou de simples figures stylistiques, mais comme des structures cognitives organisées qui sous-tendent la pensée et le langage.

Malgré l'intérêt croissant suscité par les approches cognitives de la métaphore, les recherches portant spécifiquement sur la conceptualisation métaphorique de l'automobile dans les discours spécialisés ou semi-spécialisés demeurent relativement peu nombreuses. Parmi les rares travaux consacrés à cette problématique figure l'étude quantitative de Piller (1996) sur les noms de voitures, qui met en évidence le rôle de la métaphore dans les processus de conceptualisation et de représentation de l'automobile.

Plus récemment, deux ouvrages ont contribué à enrichir ce champ de recherche : *La dimension métaphorique des langages de spécialité. Études sur les métaphores de l'automobile* (Pop & Touiaq, coord., 2022a) et le *Dictionnaire contextuel de métaphores de l'automobile* (Pop & Touiaq, coord., 2022b). Le premier rassemble dix contributions qui explorent la dimension communicative de la métaphore dans les langues de spécialité dans un domaine technique tel que celui de l'automobile. Le second ouvrage propose un inventaire des expressions métaphoriques relevées dans un corpus de publications spécialisées en langue française. Chaque expression est accompagnée de son contexte d'emploi, permettant ainsi de mettre en évidence les caractéristiques et les usages du langage métaphorique propre au discours automobile. Les deux ouvrages sont le fruit de la réflexion menée grâce au projet de recherche international financé en 2021 et 2022 par l'Agence universitaire de la Francophonie en Europe centrale et orientale (AUF ECO), *La dimension métaphorique des langages de spécialité : analyse et traduction des métaphores techniques – METATRADUTECH*.

Le vaste répertoire d'expressions métaphoriques composant le *Dictionnaire contextuel de métaphores de l'automobile* (Pop & Touiaq, coord., 2022b), désormais le *Dictionnaire*, cartographie l'univers automobile et fait découvrir sa conceptualisation et son imaginaire. En soumettant ce corpus à une opération d'analyse, de classification et de comparaison, on peut identifier des invariants conceptuels, des valeurs symboliques, des dynamismes imaginaires permettant de rendre compte des

BUPT

réseaux métaphoriques qui structurent la représentation de cet objet culte devenu un mythe puissant de la modernité.

L'analyse met en évidence un tissu épais de correspondances entre plusieurs domaines et le domaine automobile, qui sous-tend et relie la diversité des expressions métaphoriques. Structurées de manière cohérente par quelques métaphores conceptuelles dont la convergence est renforcée par l'isomorphisme des symboles, ces représentations se nouent dans une configuration signifiante et composent finalement un vaste système métaphorique-conceptuel.

2. La métaphore : de la perspective traditionnelle au paradigme cognitiviste

Les approches de la métaphore sont multiples et reflètent l'intérêt constant que ce phénomène linguistique suscite dans diverses disciplines, notamment la rhétorique, la linguistique, la philosophie, la traductologie et la didactique. Au fil des recherches, la notion de métaphore a connu une évolution significative. D'abord conçue par la rhétorique classique comme une « comparaison abrégée » ou une « comparaison condensée » (Cristea, 2001, 74-75), elle a ensuite été définie comme un « trope » (Dumarsais, 1988 [1730], 135), puis comme une « figure du discours » (Fontanier, cité par Tamba-Metz, 1981, 20). Avec l'essor de la linguistique cognitive, elle est désormais envisagée comme une « figure de pensée » (Lakoff et Johnson, 1980, 3), révélatrice des mécanismes qui structurent la cognition humaine.

Les travaux en pragmatique linguistique ont également renouvelé la compréhension de la métaphore en la considérant comme le résultat d'un décalage entre le contenu explicite de l'énoncé et les significations implicites qu'il véhicule (Kerbrat-Orecchioni, 1991, 98). Dans une perspective sémantique, Kleiber (1994, 54) décrit quant à lui la métaphore comme une forme particulière de « déviance métaphorique », reposant sur un processus de catégorisation non conventionnelle qui consiste à attribuer une occurrence ou une classe d'objets à une catégorie dont elle ne relève pas habituellement. Ces différentes approches illustrent la richesse du concept de métaphore et mettent en évidence la diversité des perspectives théoriques mobilisées pour en rendre compte.

Les études sur la métaphore portent à la fois sur la langue commune et sur les langues de spécialité (Cortès, éd., 2002-2003, Gardes Tamine, 2007, 13-22) et concernent plusieurs domaines : scientifique (Detienne, 2005), informatique (Humbley, 2005), avec les métaphores d'Internet (Jamet, 2006) ou les métaphores des télécommunications (English, 1997), biomédical (Vandaele, 2002, Vandaele et Lubin, 2005, Vandaele *et al*, 2006, Vandaele, 2018) médical (Tomoioagă, 2013), astrophysique (Meyers, 2016) ou économique (De Rosa *et alii*, 2010, Pop et Kilyeni 2011, Kilyeni et Pop, 2011, Truong Hoang, 2012, Burcea, 2011, 2015, Resche, 2016, Pop, 2017, 2019), technique (Pop et Touiaq, coord., 2002a, 2002b) ou dans le domaine de la mode (Bonadonna, 2015).

Dans la présente recherche nous avons intégré les études de linguistique inspirées par la psychologie cognitive, dues à Lakoff et Johnson (1980) et à Kövecses (2002). Cessant d'être considérée comme une figure de style servant à produire un effet

BUPT

stylistique ou une émotion, la métaphore sera perçue comme « concept métaphorique ». Le rôle cognitif de la métaphore a tout d'abord été souligné par Lakoff et Johnson (1980, p. 3) qui considèrent que notre système conceptuel est fondamentalement métaphorique.

La publication de *Metaphors We Live By* par George Lakoff et Mark Johnson en 1980 a marqué un tournant majeur dans les recherches sur la métaphore. En rompant avec la tradition rhétorique qui réduisait la métaphore à une figure de style ou à un procédé ornemental du discours, les deux auteurs ont proposé une conception profondément novatrice : la métaphore constitue un mécanisme fondamental de la cognition humaine. Cette approche, connue sous le nom de théorie de la métaphore conceptuelle (*Conceptual Métaphor Théory* – CMT), a profondément influencé les sciences du langage, notamment la linguistique cognitive.

Lakoff et Johnson (1980, p. 3) sont les premiers à mettre en évidence la dimension cognitive de la métaphore en affirmant que notre système conceptuel est fondamentalement structuré de manière métaphorique. Selon eux, la métaphore est profondément ancrée dans notre manière de concevoir le monde. Les métaphores que l'on retrouve dans la langue, sous forme d'« expressions linguistiques métaphoriques » (*metaphorical linguistic expressions*), découlent ainsi de métaphores conceptuelles qui façonnent notre façon de penser, de parler et d'agir (Kövecses, 2002, p. 4). Les expressions métaphoriques présentes dans la langue constituent la manifestation observable de structures cognitives plus profondes, appelées métaphores conceptuelles. Ainsi, lorsqu'un locuteur affirme qu'il « défend son point de vue », qu'il « attaque les arguments de son adversaire » ou qu'il « gagne un débat », ces expressions traduisent la métaphore conceptuelle L'ARGUMENTATION EST UNE GUERRE (ARGUMENT IS WAR). De même, des expressions telles que « perdre son temps », « investir son temps » ou « économiser du temps » reflètent la métaphore LE TEMPS EST DE L'ARGENT.

Dans cette perspective, une métaphore conceptuelle consiste en une correspondance systématique (*mapping*) entre deux domaines conceptuels. Le domaine source, plus concret, familier et directement accessible à l'expérience sensorielle, fournit les structures permettant de comprendre le domaine cible, plus abstrait. Les domaines abstraits, tels que le temps, les émotions, la vie, les relations sociales ou la morale sont conceptualisés au moyen d'expériences corporelles ou physiques.

Plus de quarante ans après la publication de *Metaphors We Live By*, l'intuition de Lakoff et Johnson demeure largement confirmée : les métaphores ne constituent pas un simple ornement du langage, mais un mécanisme essentiel par lequel les individus organisent leurs connaissances, construisent leurs représentations et donnent sens à leur expérience du monde. La théorie de la métaphore conceptuelle constitue donc une référence incontournable pour comprendre les relations entre langage, pensée et cognition.

Aujourd'hui, la théorie de la métaphore conceptuelle demeure l'un des cadres théoriques les plus influents de la linguistique cognitive. Elle continue d'alimenter des recherches dans des domaines divers : analyse des discours politiques, communication médiatique, publicité, traduction, acquisition des langues, terminologie, intelligence

BUPT

artificielle ou traitement automatique des langues. Les travaux actuels tendent à articuler les dimensions cognitives, discursives, culturelles et multimodales de la métaphore afin de mieux rendre compte de la complexité des mécanismes de conceptualisation.

Les chercheurs qui défendent la théorie de la conceptualisation métaphorique soutiennent que les modèles cognitifs à l'origine des métaphores ne sont pas arbitraires, mais qu'ils prennent appui sur l'expérience humaine. De ce fait, de nombreuses métaphores conceptuelles présentent des similitudes, voire une identité, notamment au sein des cultures occidentales. À partir d'une étude comparative portant sur trois langues représentatives – l'anglais, le chinois et le hongrois –, Kövecses (2002, 165) va jusqu'à proposer l'existence d'une dimension universelle des métaphores conceptuelles, estimant que « there is some universal motivation for the metaphors to emerge in these cultures ».

Les approches ayant également retenu notre attention puisent aux théories de l'énonciation relatives à l'« énonciation métaphorique » (Jamet, 2011). La définition de la métaphore proposée par Denis Jamet associe la vision cognitive sur la métaphore comme phénomène conceptuel et l'approche énonciative de la métaphore comme « processus de métaphorisation », « fondée sur l'énonciation en discours d'une prédication » : « la métaphore consiste en une *mise en relation de deux domaines (source et cible) et de l'interaction de ces deux domaines* » (Jamet, 2011, 1) (C'est l'auteur qui souligne.). Cette mise en relation de deux domaines suppose un phénomène d'identification : on identifie une partie des propriétés d'un domaine X avec une partie des propriétés d'un domaine Y sur la base d'un phénomène traditionnellement appelé « analogie ».

Une analyse pertinente de la perspective cognitiviste est fournie par Annamaria Kilyeni (2022) qui démontre l'applicabilité de la théorie conceptuelle de la métaphore et sa contribution à l'avènement des études consacrées à la métaphore.

Malgré la diversité des approches théoriques, toutes convergent vers une même définition essentielle de la métaphore : elle permet de comprendre et d'appréhender une réalité à travers une autre. Comme le résument Lakoff et Johnson (1980, p. 5), « The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another. ».

3. Articulation de la démarche

Comme méthode de travail, nous avons recouru au paradigme de la linguistique cognitive consistant dans l'analyse des réseaux métaphoriques à partir d'expressions linguistiques métaphoriques présentes en surface des textes. Afin d'appuyer la problématique de recherche, nous avons établi un inventaire de métaphores extraites d'un corpus de textes parus en version électronique.

Ce corpus représentatif, à partir duquel les auteurs ont puisé les exemples, est formé de plus de 3000 textes de presse français du domaine automobile. Les exemples retenus font l'objet de 597 entrées du *Dictionnaire* conçu afin d'illustrer la richesse des expressions linguistiques métaphoriques liées à la conceptualisation métaphorique dans

BUPT

le domaine automobile. Il convient de signaler que les unités considérées ne sont pas isolées, mais placées dans des constructions syntaxiques, d'où la difficulté de leur identification.

Le corpus a été interrogé par mots-clés, selon une méthode de repérage non pas automatique mais fondée sur le jugement humain, ce qui nous a permis d'identifier en contexte des « indices de conceptualisation métaphorique » (Vandaele et Lubin, 2005) et leurs collocatifs. Les « indices de conceptualisation métaphorique » (ICM) sont des unités lexicales relevant d'une conceptualisation métaphorique, c'est-à-dire des éléments supposant la projection d'un cadre conceptuel source sur un cadre conceptuel cible et indiquant, de ce fait, qu'une expression est métaphorique. Le phénomène métaphorique étant polymorphe, nous avons adopté une approche assez souple, le principal critère d'identification des indices à partir des expressions de surface étant l'« impression de *dissonnance cognitive*, qui résulte de la comparaison mentale entre l'expression relevée et une expression proche exprimant le cadre conceptuel source » (Vandaele et Lubin, 2005, 423).

Cette opération de repérage des ICM cohérents a conduit à la constitution d'un inventaire assez riche d'expressions métaphoriques pertinentes liées à l'automobile. Les métaphores retenues présentent des structures très variées et témoignent de différents degrés d'originalité allant des métaphores conventionnelles, jusqu'à des métaphores filées, vraiment originales.

Nous avons ensuite classé et comparé ces expressions métaphoriques en fonction des domaines sources, en identifiant des réseaux lexicaux et des invariants conceptuels, en vue de la constitution et de l'analyse des réseaux métaphoriques polarisés par l'automobile. Cette analyse a mis en évidence la présence et la pérennité de quelques métaphores conceptuelles aimantant les expressions métaphoriques identifiées et permettant d'organiser de manière systèmatique tout ce foisonnement de manifestations langagières.

La procédure appliquée repose sur une approche interdisciplinaire mêlant la linguistique cognitive, l'archétypologie et la terminologie. La démarche d'analyse des métaphores aboutissant à l'élaboration des réseaux est orientée par le *mapping* conceptuel et par l'isomorphisme des symboles, également enracinée dans les structures anthropologiques de l'imaginaire, conçu comme un dynamisme organisateur d'images (Penteliuc-Cotoşman, 2026, 127).

La classification suit une logique hiérarchique et associative, en développant d'abord l'arborescence métaphorique à partir d'une métaphore conceptuelle primaire, qui engendre deux réseaux métaphoriques majeurs se déclinant, à leur tour, dans plusieurs branches. Cette structure a englobé la plupart des expressions métaphoriques retenues. Par la suite, on a identifié des réseaux mineurs et on les a intégrés au système déjà constitué, selon des relations associatives.

La démarche a ainsi abouti a une structuration cohérente de tout le contenu du *Dictionnaire* en quelque réseaux thématiques permettant d'appréhender autant la conceptualisation actuelle de l'automobile, que la richesse de sa représentation métaphorique.

BUPT

4. L'automobile incarnée : analyse des réseaux métaphoriques du *Dictionnaire*

La production métaphorique autour de l'automobile s'enracine dans l'histoire du terme et se nourrit de l'imaginaire collectif. L'automobile est « ce qui se meut de soi-même ». Cette définition synthétise les propriétés essentielles de l'objet et ouvre la voie de sa conceptualisation métaphorique. Puisque l'imagination humaine a la tendance naturelle d'animer tout objet ainsi perçu, l'animation imaginaire de l'automobile constitue l'un des axes majeurs de la création de métaphores et de leur structuration en réseaux (Penteliuc-Cotoşman, 2022, 186).

L'opposition masculin / féminin en est une autre. En effet, quant au genre du nom *automobile*, le français a hésité longtemps entre le masculin et le féminin, ce dernier étant finalement imposé, mais non pas sans controverses. Les discours actuels reliés à ce domaine en sont bien la preuve. L'automobile y est tantôt femme, tantôt homme, tantôt même transgenre, et cette oscillation témoigne de la pluralité des valeurs affectives et symboliques mises en jeu, du double investissement imaginaire de l'automobile, débouchant sur une bipolarisation des structures métaphoriques.

L'automobile mobilise donc le schème de l'animé qui engendre la métaphore conceptuelle primaire L'AUTOMOBILE EST UN ÊTRE ANIMÉ. L'animation imaginaire transforme une machine inanimée en une entité dotée de vie, d'un corps, de volonté et de caractère, qui agit de manières propres aux humains ou aux animaux. Dès lors, ce concept métaphorique originel se développe dans deux directions et met en place les réseaux métaphoriques de l'humanisation et de l'animalité, que régissent respectivement les métaphores conceptuelles L'AUTOMOBILE EST UN ÊTRE HUMAIN et L'AUTOMOBILE EST UN ANIMAL.

4.1. Le réseau métaphorique anthropomorphique

À la lumière du *Dictionnaire*, c'est le réseau anthropomorphique, reposant sur la tendance irrépressible de l'homme à concevoir les objets à son image, qui s'avère le plus vaste. Il est structuré par plusieurs métaphores conceptuelles et recèle une profusion d'expressions métaphoriques. En vertu de l'analogie machine-humain, l'automobile y est personnifiée et traitée comme un partenaire social doué d'une anatomie, de fonctions vitales, d'une psychologie et d'une génétique.

Tout d'abord, le corps de la voiture est entièrement calqué sur le schéma corporel humain. La métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UN CORPS HUMAIN régit ainsi toute une série de correspondances : la face avant est un visage avec des traits et des expressions distinctives ; les phares sont les yeux ou le regard de la voiture ; le moteur en est le cœur ou les poumons ; l'ordinateur de bord en est le cerveau ; les roues ou les pneumatiques en sont les jambes. Le *Dictionnaire* recense une multitude de métaphores corporelles qui concrétisent ces analogies.

Très productive, la métaphore conceptuelle LA FACE AVANT EST UN VISAGE transforme les éléments techniques en traits physionomiques et en expressions émotionnelles. L'automobile a un *regard* (*affuté / acéré / agressif / espiègle / froncé / globuleux / menaçant / perçant / légèrement teinté d'agressivité / sévère*), ou bien des

BUPT

yeux (*bridés / de chat siamois / en amande*). Elle possède un *visage audacieux* ou un *faciès*, une *mine enjouée*, une *bouche*, un *joli minois*, une *bouille* (*attendrissante / craquante / joviale / rondouillarde / toute en rondeur / sympathique*), voire une *moustache chromée*, et peut afficher une *moue fâchée* ou *froncer les sourcils*.

Les formes extérieures de l'automobile sont décrites en termes d'anatomie humaine :

- des *épaules* (*larges / bien marquées / musclées / taillées*) ;
- des *hanches* (*plus larges et bien marquées / bien galbées / creusées*) ;
- des *cuisses* ;
- un *postérieur rondouillard* ou un *popotin* (la voiture est *très agile du popotin*, son *popotin*, *ne manque pas de classe*, elle *remue du popotin*)
- une *taille de guêpe* ;
- des *flancs taillés à la serpe* ;
- une *musculature* (*acérée / athlétique / exaltante*) ; la voiture a des *formes musclées*, une *carrosserie musclée*, des *muscles saillants* ou des *muscles gonflés à bloc* ; elle *montre ses muscles*, *se muscle* ou *muscle son allure*.

L'expressivité corporelle de la voiture est elle aussi rendue par des métaphores anthropomorphiques construites autour des termes pivots tels que :

- *air* (un *air futuriste / raffiné / sage*) ;
- *allure* (une *allure aiguisée / agressive / baroudeuse / hargneuse / musclée / robuste / rondouillarde / solide comme un roc / sport raffinée / statutaire*) ;
- *attitude* (une *attitude affirmée / aventurière / énergique et affirmée / ludique*) ;
- *ligne* (une *ligne toute en courbes et galbes généreux / suave et musculeuse / à couper le souffle / athlétique / joviale / pimpante / racée / séduisante / suave* ; *des lignes élégantes / effilées / expressives / audacieuses / agressives et tranchées à la serpe, sans âme*) ;
- *look* (un *look acéré / athlétique et séduisant / audacieux et racé / baroudeur / charismatique / sophistiqué / aussi féroce que séduisant / moderne et branché / bodybuildé / musclé / costaud / robuste / sportif / méchant / rebelle / sage*) ;
- *physique* (un *physique décrié / rococo*) ;
- *silhouette* (une *silhouette arrondie / toute en rondeur / attirante / athlétique / bien travaillée / chic et sportive / dynamique et épurée / effilée / élégante / étirée / sculpturale*) ;
- *tenue* (une *tenue d'aventurière / de baroudeuse / très digne*).

Virilisée en posture héroïque, la voiture masculine a des *lignes affutées*, un *profil musclé* et une *carrure d'athlète*. C'est un *colosse* ou un *lutteur de sumo*. La voiture féminine est essentiellement *belle* : la *belle italienne*, la *belle allemande* ou, tout

BUPT

simplement, *la belle*, une *belle des villes*, affectueusement *notre belle*. Elle a des *lignes douces* et de *jolies rondeurs*. C'est une *diva*, une *ballerine*, une *égérie* ou une *reine*.

Les métaphores vestimentaires relaient les métaphores corporelles et posturales, en s'inscrivant tout naturellement dans le vaste réseau métaphorique anthropomorphique médiant la conceptualisation de l'automobile. La voiture *s'habille*, peut *enfiler son survêtement / un costume de baroudeur* ou *revêtir un costume aventurier*. Tel modèle, c'est une *aventurière en smoking*. Elle porte une *tunique* ou une *robe à forte personnalité / faite d'un subtil mélange d'élégance et de sportivité / noire rutilante / blanche immaculée / taillée à la serpe*.

À l'intérieur, dans le *ventre* de la voiture, le moteur en anime les *entrailles*. C'est le *cœur* (*cœur mécanique / généreux / noble / volcanique*), ou bien les *poumons* (la voiture *respire à pleins poumons*, *se remplit les poumons* ; elle *a du souffle* ou *manque de souffle* ; *le turbo souffle dans ses bronches*). Les émissions sonores de la voiture sont sa *voix*, *voix de stentor* ou *ténébreuse*, elle *élève* ou *contient sa voix*, elle *pousse des vocalises*. Son *timbre vocal* peut être *caverneux*, *grondant*, *rageur*, *rauque*, *rocailleux*, *viscéral*.

Ensuite, en poursuivant sur la voie de la personnification et en passant du corps à l'esprit, on constate que l'automobile en a un, comme le montre des métaphores telle que : *esprit baroudeur esprit militaire, esprit rustique*. Dans l'imaginaire collectif, elle se voit dotée d'une âme, d'humeurs, d'émotions, d'un tempérament et d'une personnalité. La métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UNE PERSONNE PENSANTE, RESSENTANTE ET AGISSANTE permet de structurer nombre d'expressions métaphoriques recensées dans le *Dictionnaire*, qui viennent étendre le réseau anthropomorphique.

La voiture a un *tempérament* (*affirmé / audacieux / attachant / baroudeur / bouillonnant / dynamique / fougueux / sportif / sulfureux / terne / diablement tonique / viscéral*), ou bien un *caractère* (*affirmé / agressif / audacieux / aventurier / baroudeur / bouillonnant / diabolique / paisible et feutré / placide / rageur / ravageur / solide / sportif / teigneux / vaillant*). Elle est *forte en caractère*, a un *caractère bien à elle*, ou elle impressionne par la *puissance de son caractère* ou par sa *force de caractère*. Elle a du *charme*, un *charme latin*, *sophistiqué*, elle *offre ses charmes*, elle est *charmeuse et vivace*, *mignonne et attirante*, *délicieuse*, *frivole*, *pimpante*, *sensuelle*, *née pour séduire*, somme toute *séduisante*. Elle *fait tourner des têtes*, la *diablesse*.

Son *comportement* peut être *dynamique*, *enjoué*, *entravé*, *joueur*, *pataud*. Il y a la voiture *bourgeoise* et celle qui *se mue en rebelle*, la *dévergondée*, *caractérielle* ou *capricieuse* ; celle qui *joue les aventuriers – brave*, *baroudeuse*, *délurée* –, ou celle qui *joue les dandys*, *audacieuse* et *impertinente*. Il y a le *voyageur bourgeois* et la *voyageuse bouillonnante*, une *sacrée voyageuse*. Elle peut être *civilisée*, *bien éduquée*, *discrète*, *douce*, *sage* ou, au contraire, *mal élevée*, *insolente*, *turbulente*.

L'automobile se voit aussi assigner des rôles sociaux. Elle devient parfois un *compagnon idéal*, une *épouse* ou une *maîtresse à qui il est impossible de dire non*. On lui attribue une lignée et une famille, en l'intégrant dans un système de relations de parenté. Cette socialité de l'automobile s'exprime par la métaphore conceptuelle

BUPT

L'AUTOMOBILE EST UN ÊTRE SOCIAL, qui multiplie les correspondances entre le domaine source et le domaine cible et contribue ainsi à complexifier le système métaphorique mis en place, tout en renforçant la cohérence.

Les marques automobiles représentent des *familles* (la *famille Mercedes*, la *famille Porsche*), dont les différents modèles sont les membres. Un nouveau modèle est le nouveau bébé, le *dernier rejeton* d'une grande famille, *l'enfant terrible de la famille*, le *dernier-né de la famille*, la *dernière-née* d'une *lignée importante*, le *digne petit frère*. C'est le maillot d'une chaîne : il a un *grand frère*, ses *frères de gamme*, des *cousines* ou de *cousins techniques* et, à son tour, il est *dans la veine de son petit frère*. Telle ou telle automobile est la *benjamine*, la *cadette,* la *digne héritière* d'une *lignée,* qui *ressemble trait pour trait à ses devancières,* qui est *dans la lignée de sa grande sœur*, toujours comparée aux *rondeurs* ou au *comportement enjoué de son aînée.* S'il y a ressemblance, les modèles sont *demi-sœurs, demi-sœur jumelles* ou *frères jumeaux*.

La métaphore de la famille joue également sur les concepts métaphoriques d'identité biologique, d'hérédité et de génétique. Les différents modèles d'une marque partagent les *gènes de la famille*. Ils peuvent avoir un *ADN de berline*, un *ADN de félin*, l'*ADN de la sportivité,* l'*ADN stylistique de la muscle car,* un *ADN incomparable* ou un *ADN jeune et dynamique.* Tel modèle est *né avec des gènes de véhicule haut de gamme*, tel autre peut se faire *inoculer* ou *administrer les gènes* appropriés pour obtenir le look et le comportement désirés.

Imaginée comme un être humain, l'automobile est aussi un organisme vivant, soumis au passage du temps, sujet à des maladies et subissant des traitements médicaux et des soins de beauté. La métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UN ORGANISME VIVANT permet d'organiser une autre série d'expressions métaphoriques comprises dans le *Dictionnaire*, en ajoutant une nouvelle ramification au réseau anthropomorphique.

La maintenance et l'évolution technique de l'automobile sont conçues comme autant d'interventions cliniques, ce qui engendre des métaphores inspirées du domaine de la santé. La voiture peut *montrer une belle santé, être vitaminée à l'adrénaline pure, survitaminée*, ou, au contraire, elle *manque de tonus* et peut avoir un carburateur *asthmatique* ou une transmission qui *a subi une anesthésie générale*. Pour améliorer son aérodynamisme, elle suit une *cure d'amaigrissement* ou *d'amincissement*, et pour en augmenter la puissance, on lui administre une *cure de vitamines*, *de chevaux*, *de muscle* ou *de stéroïdes*. C'est un *athlète dopée aux stéroïdes* ou un *costaud gonflé aux hormones*.

Mais ce corps est vieillissant. Tel ou tel modèle *prend un coup de vieux* et *accuse son âge*. Alors, pour le renouveler, il faut le soumettre à une *cure de jeunesse* ou une *cure de jouvence* et lui appliquer des procédures de chirurgie esthétique – un *coup de bistouri*, ou des soins cosmétiques – un *coup de Rimmel*. Le restylage est soit un *facelift*, un *petit / léger lifting*, soit un *lifting complet* et une *cure de jeunesse technique*, lorsque le modèle subit des modifications profondes. Pour des changements plus superficiels, on le fait *passer par la case maquillage*, il est *remaquillé*. Lorsqu'on intervient sur la face avant, il s'agit de *rajeunir son faciès*, de *refaire sa beauté*, de

BUPT

rafraîchir son minois ou de *cacher ses rides*. Si le design est artificiellement rajeuni, le modèle est *maladroitement botoxé*, *botoxée pour rester jeune* et il *avoue son grand âge*.

Intégrées dans le réseau anthropomorphique et toujours en relation avec la corporéité de la voiture, les métaphores guerrières et instrumentales se fondent sur l'analogie entre le véhicule et les objets – armes et outils – que l'homme utilise, comme des prolongements de son corps, pour augmenter sa puissance. La métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UNE EXTENSION DE L'HUMAIN s'actualise dans des expressions métaphoriques utilisant notamment le lexique de l'armement. L'homme est *armé d'une telle machine*. La voiture est une *guerrière prête au combat* ou une *arme secrète*, un *fer de lance*, une *foudre de guerre* ou une *machine de guerre*. Elle affiche une *parure de guerre* et *sort l'artillerie lourde* ou *déterre la hache de guerre*.

C'est un *missile balistique*, un *missile de précision* ou une *fusée*. Le moteur est un *véritable guerrier*, un *guerrier puissant et vigoureux*, ou un *canon* qui *fait parler la poudre*, permettant des *départs canons*. Quant à son comportement routier, l'automobile est comparée à des instruments de précision, tranchants ou polyvalents. Elle affiche un *comportement de scalpel*, c'est un *scalpel roulant* ou un véritable *couteau suisse*.

4.2. Le réseau métaphorique zoomorphique

Le second réseau métaphorique issu de la conceptualisation de l'automobile comme un être animé est régi par la métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UN ANIMAL qui se divise entre les sous-métaphores L'AUTOMOBILE EST UNE BÊTE SAUVAGE et L'AUTOMOBILE EST UN ANIMAL DOMESTIQUÉ.

Solidement installé dans la mentalité collective, l'animal est la première concrétisation du schème primitif de l'animation, dont l'expérience la plus immédiate est le mouvement. Dès lors, les métaphores animales semblent les plus appropriées pour penser l'automobile qui allie mouvement et vitesse. Comme l'animal, l'automobile, c'est la vitesse incarnée, une force brute à la fois utile et dangereuse, euphorique et terrifiante, source de fascination et de peur (Penteliuc-Cotoşman, 2022, 187).

Pour souligner sa puissance et son agilité, l'automobile est souvent assimilée à un prédateur : c'est une *bête sauvage* ou une *bête féroce prête à tout détruire sur son passage*, une belle bête, un *puissant félin*, un *félin aux griffes acérées*, *le plus malin des félins*. Elle a des *muscles saillants qui font penser à un fauve prêt à bondir.* Elle *bondit comme un guépard chassant sa proie* ou *comme une sauterelle*. C'est un *monstre de puissance*, un *monstre de vitesse*, une *brute à l'état pur*. Lorsqu'elle impressionne aussi par sa taille ou sa musculature disproportionnée, le *fauve* devient *pachyderme* ou *mastodonte*. Si elle consomme peu de carburant, c'est un *chameau*.

Les expressions métaphoriques exploitent les attributs physiques et les cris des animaux. L'automobile possède un *museau* (*effilé / aux lignes acérées / musclé*), des *griffes* (*acérées / ajourées*), elle *sort les griffes*. Elle *montre* ou *sort les crocs*, en arborant un *sourire carnassier*. Les *crocs lumineux* rendent *plus agressif le sourire de la bête*. L'automobile *rugit de toutes ses forces, lance un rugissement terrifiant*, tandis

BUPT

que le moteur – le *cœur de la bête – gronde*, *grogne*, *glougloute*, *feule*, *pousse un rugissement terrifiant* ou *lance un rugissement guttural tel le lion qui s'éveille dans la Savane*. Parfois, il émet des *miaulements métalliques*, ou il *s'ébroue* et ses *équidés hurlent comme s'ils se savaient condamnés à l'abattoir*. Comme un animal de race, la voiture a un *pédigrée* ou elle peut appartenir à une *race automobile en voie d'extinction.*

Dans un registre euphémique et affectif, la bête terrifiante devient *bestiole*, *petit fauve bien élevé*, *gentil félin*, *brute au gros cœur*, *brute docile*, *brute bien élevée*. Mais, pour maîtriser sa force brute, il s'agit de *dompter le fauve*, de *prendre les rênes de la bête*. Car le *puissant félin est capable de se laisser apprivoiser.*

Parmi les animaux, c'est le cheval qui semble le symbole privilégié de l'automobile, en tant qu'héritier historique de la traction animale, comme le prouve le terme métaphorique *chevaux-vapeur*. Cette parenté se perpétue dans des expressions métaphoriques qui décrivent la puissance de la motorisation comme une *cavalerie furieuse* ou une *horde sauvage*. Le véhicule est un *pur-sang,* un *cheval de course bien dressé*, ou un *cheval de course galopant en deux ou quatre roues motrices*. Conduire, c'est *prendre les rênes* ou *effleurer la crinière du cheval*, et pour obtenir des performances, on doit parfois *cravacher la mécanique*.

4.3. Le réseau métaphorique de l'ingestion

En étroite relation avec le réseau métaphorique zoomorphique et centré sur une seconde épiphanie de l'animalité comme symbole de la voracité, le réseau métaphorique de l'ingestion lie la consommation de carburant à l'appétit et s'articule autour de l'acte d'avaler et de l'archétype dévorateur, en faisant de l'automobile une figure de l'Ogre.

C'est donc la métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UN OGRE qui structure ce réseau sous-tendu par le schème de l'engloutissement ouvrant à un double investissement imaginaire. D'une part, l'avalage est associé à la vitesse, à la domination de l'espace et à la performance. La voiture est un *bolide avaleur de dune* ou une *dévoreuse de bitume*. Elle *avale l'asphalte goulument*, *avale les kilomètres, les courbes* ou *les virages*. Ses pneus *mordent le bitume avec force* ou *mordent rageusement tous les terrains de la planète*.

D'autre part, l'engloutissement et l'appétit sont assimilés à la consommation de carburant. La voiture est *nourrie au gazole* ou *biberonnée au GPL*. N'étant pas un *modèle de sobriété*, elle *sirote au sans plomb*, *du Diesel* ou *du mazout*. Si l'automobile consomme peu, elle a un *petit appétit,* un *faible appétit*, un *appétit de moineau* ou elle *grignote*. Lorsqu'elle est grande consommatrice, on dit qu'elle a un *gros appétit à la pompe*, un *appétit démesuré*, un *appétit d'ogresse*. Elle se montre *assoiffée d'essence*, *gloutonne* ou *toujours plus gourmande*, en devenant un être insatiable qui *se gave tour à tour d'essence, de diésel, de gaz naturel ou de GPL*.

4.4. Le réseau métaphorique spatial

La représentation de l'automobile comme un corps, humain ou animal, engendre un autre réseau métaphorique polarisé par le schème-image du contenant. Il y a trois activités – collection, transport et traversement – qui viennent se fondre dans ce

BUPT

concept. L'automobile, c'est un corps contenant ses organes, qui nous engloutit et nous contient nous aussi pour nous transporter d'un endroit à un autre. En tant que tel, ce corps est un réceptacle, un espace clôt et protecteur, un contenant.

Profondément ancrée dans le schème imaginaire du blottissement dans l'intimité, la métaphore conceptuelle L'AUTOMOBILE EST UN CONTENANT cristallise les métaphores spatiales recensées dans le *Dictionnaire*, qui exploitent le symbolisme archétypal du ventre maternel.

L'automobile est un *véritable cocon*, un *cocon silencieux*, un *havre de paix* ou un *salon roulant*. On y retrouve une *ambiance ouatée* ou un *confort feutré*. Ou bien, elle a des *allures de petit bateau* et *navigue sans effort*. C'est un *vaisseau familial* ou encore un *vaisseau amiral*.

5. En guise de conclusion

L'analyse des réseaux métaphoriques au sein du *Dictionnaire* apporte des preuves convaincantes à l'appui de l'idée que les métaphores, loin d'être un simple ornement du discours spécialisé, contribuent à la compréhension des réalités techniques et composent un système métaphorique-conceptuel cohérent, qui permet d'appréhender la complexité technique, sociale et culturelle du concept automobile.

Structurée par la métaphore conceptuelle primaire L'AUTOMOBILE EST UN ÊTRE ANIMÉ, ce système repose sur deux réseaux métaphoriques majeurs, le réseau anthropomorphique et le réseau zoomorphique, gouvernés par les métaphores conceptuelles L'AUTOMOBILE EST UN ÊTRE HUMAIN et L'AUTOMOBILE EST UN ANIMAL.

L'investigation a mis en lumière la prédominance du réseau anthropomorphique. À travers le prisme du corps humain, de la psychologie, de la génétique et de la socialité, l'automobile devient un véritable partenaire social ou un *alter ego*. Cette tendance irrépressible à concevoir l'objet à notre image confère à l'automobile une âme et une personnalité, l'inscrivant dans l'horizon d'un humanisme technologique.

Le *Dictionnaire* révèle également la structuration bipolaire de la représentation métaphorique et de l'imaginaire automobile, reflétant les tensions internes de notre culture : les métaphores masculines, axées sur la force, l'agressivité et la domination, se mêlent inextricablement aux métaphores féminines, orientées vers l'intimité, la protection et le plaisir, dans un système complexe gravitant autour de la vitesse, véritable « cœur battant » de cet univers presque mythique.

En somme, le *Dictionnaire* ne recense pas seulement des mots, il documente la manière dont nous incarnons la technique pour la rendre compréhensible, maîtrisable et désirable. L'utilité de ce dictionnaire dépasse largement le cadre d'un simple inventaire linguistique ; il constitue un outil essentiel pour cartographier l'imaginaire automobile et comprendre comment nous conceptualisons notre relation avec cet objet technique omniprésent. En traduisant des données mécaniques en termes d'anatomie, de caractère, d'animalité ou d'espace, la métaphore conceptuelle permet de s'approprier des notions complexes par le truchement d'expériences humaines et corporelles familières.

BUPT

Ainsi, le *Dictionnaire* peut être exploité de plusieurs manières, allant de l'analyse linguistique à la traduction spécialisée, et de l'analyse sociologique au marketing. Il appuie la recherche en terminologie et en communication spécialisée, en aidant à comprendre la motivation derrière certains termes techniques et à distinguer entre la métaphore vive, créative et originale, et la métaphore terminologique, déjà lexicalisée.

À ce titre, il constitue également une ressource pratique pour les traducteurs travaillant dans le secteur du marketing automobile. La métaphore marketing a pour fonction de médier entre technique et désir, en transformant des données arides en objets de convoitise. En fournissant un vaste répertoire d'expressions métaphoriques, le *Dictionnaire* met à la disposition des traducteurs des représentations symboliques et affectives qui parlent à l'inconscient du consommateur et qui peuvent l'aider à préserver cette fonction médiatrice de la métaphore, ainsi que la cohérence de l'image de marque, lors du transfert entre la langue source et la langue cible. En même temps, les contextes issus de la presse spécialisée facilitent la transposition fidèle, ainsi que l'adaptation créative, en permettent au traducteur de vérifier le naturel des expressions et de trouver le ton et les mots justes afin de respecter le style journalistique et publicitaire du domaine.

De plus, le *Dictionnaire* met en évidence la structuration bipolaire de l'imaginaire automobile, qui est essentielle pour le ciblage publicitaire, ainsi que la manière dont le discours spécialisé du domaine automobile éveille l'intérêt pour l'objet et suscite le désir de possession, étant, de ce fait, un support pour le marketing et le branding.

En recensant les réseaux métaphoriques, il documente l'évolution de la société, en permettant, par exemple, d'observer le passage d'une valorisation de la performance pure vers une priorité accordée au bien-être et à l'habitabilité.

Enfin, le *Dictionnaire* invite à la réflexion philosophique. En attribuant à l'automobile des caractéristiques humaines, il l'inscrit dans le paradigme d'un nouvel humanisme technologique, en documentant, face aux avancées de l'intelligence artificielle et de la robotisation, la manière dont nous tentons de donner à la technoscience un indispensable horizon éthique.

À force de médier le passage d'une vision techniciste de la machine inanimée à celle humaniste de l'automobile incarnée, le *Dictionnaire* contribue, sans doute, dans une certaine mesure à décoder ce phénomène social total et à écrire l'histoire de sa construction culturelle, sans cesse recomposée, sur les pages du XXIe siècle.

Références bibliographiques

Bonadonna, Maria-Francesca. 2015. "Le tissage des métaphores dans les revues de mode." *Publifarum* 23. https://riviste.unige.it/ (accessed August 2, 2026).

Burcea, Raluca. 2011. "La métaphore de la cible dans le discours du marketing." *Interstudia* 9: 155–62.

Burcea, Raluca. 2015. *La métaphore dans le discours du marketing*. Craiova: Editura Universitaria.

BUPT

Cortès, Colette, ed. 2003. *La métaphore du discours général aux discours spécialisés*. *Cahier du C.I.E.L.*, 2002–2003. Paris: Centre Interlangue d'Études en Lexicologie, Université Paris 7 Denis Diderot.
Cristea, Teodora. 2001. *Structures signifiantes et relations sémantiques en français contemporain*. București: Editura Fundației România de Mâine.
De Rosa, Annamaria Silvana, Elena Bocci, and Clio Bulgarella. 2010. "Économie et Finance durant la crise financière mondiale: représentations sociales, métaphores et figures rhétoriques dans le discours des médias de l'automne 2008 au printemps 2010." *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale* 87: 543–84.
Dumarsais. (1730) 1998. *Des tropes ou des différents sens*. Critical edition by Françoise Douay-Soublin. Paris: Flammarion.
Detienne, Cédric. 2005. "La métaphore: produit, processus et producteur." https://www.fabula.org/ (accessed August 3, 2026).
English, Kathryn. 1997. *Une place pour la métaphore dans la théorie de la terminologie: les télécommunications en anglais et en français*. PhD diss., Université Paris 13.
Jamet, Denis. 1999. "L'image du corps dans les langues." *L'ALEPH* 2: 10–19. https://univ-lyon3.hal.science/ (accessed August 2, 2026).
Jamet, Denis. 2011. "Le repérage des énoncés métaphoriques: corpus anglais-français." In *Unité et diversité de la linguistique*, edited by Francis Manzano. Lyon: Université Jean Moulin Lyon 3. https://hal.science/ (accessed August 2, 2026).
Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1991. *L'implicite*. Paris: Armand Colin.
Kilyeni, Annamaria. 2022. "Regards sur la métaphore. La perspective cognitiviste." In *La dimension métaphorique des langages de spécialité. Études sur les métaphores de l'automobile*, edited by Mirela-Cristina Pop and Mounia Touiaq, 12–71. Timișoara: Editura Politehnica; Editura Universității de Vest.
Kleiber, Georges. 1994. "Métaphore: le problème de la déviance." *Langue Française* 101: 35–56. https://www.persee.fr/ (accessed August 2, 2026).
Kövecses, Zoltán. 2002. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
Lakoff, George, and Mark Johnson. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
Meyers, Charlene. 2016. "La traduction de la métaphore verbale dans un contexte de vulgarisation: étude de cas." *Vertimo Studijos* 9: 96–106.
Piller, Ingrid. 1996. *American Automobile Names*. Essen: Die Blaue Eule.
Pop, Mirela-Cristina, and Mounia Touiaq, eds. 2022a. *La dimension métaphorique des langages de spécialité. Études sur les métaphores de l'automobile*. Timișoara: Editura Politehnica; Editura Universității de Vest.
Pop, Mirela-Cristina, and Mounia Touiaq, eds. 2022b. *Dictionnaire contextuel de métaphores de l'automobile*. Timișoara: Editura Politehnica; Editura Universității de Vest.
Penteliuc-Cotoșman, Luciana. 2022. "La communication spécialisée du domaine automobile: technicité et imaginaire." In *La dimension métaphorique des langages de spécialité. Études sur les métaphores de l'automobile*, edited by Mirela-Cristina Pop and Mounia Touiaq, 159–211. Timișoara: Editura Politehnica; Editura Universității de Vest.
Penteliuc-Cotoșman, Luciana. 2026. "Expressions métaphoriques dans les discours français sur l'IA: les signes d'une nouvelle crise sociétale." In *Quaestiones Romanicae XIII. Crize în lumea romanică. O abordare multidisciplinară. Vol. 1: Littératures française et francophones. Didactique du FOU*, 122–39.

BUPT

Resche, Catherine. 2016. “Termes métaphoriques et métaphores constitutives de la théorie dans le domaine de l’économie: de la nécessité d’une veille métaphorique.” *Langue Française* 189 (1): 103–16.

Tamba-Metz, Irène. 1981. *Le sens figuré*. Paris: Presses Universitaires de France.

Tomoiagă, Maria-Alexandrina. 2013. “La métaphore médicale de la vie quotidienne.” In *Francontraste: L’affectivité et la subjectivité dans le langage*, 227–37. Mons: CIPA.

Truong Hoang Le. 2012. “Les métaphores conceptuelles de l’économie dans les presses française et vietnamienne.” *Synergies Corée* 3: 33–45.

Vandaele, Sylvie. 2002. “Métaphores conceptuelles en traduction biomédicale et cohérence.” *TTR* 15: 223–39. https://www.erudit.org/fr (accessed August 5, 2026).

Vandaele, Sylvie, and Leslie Lubin. 2005. “Approche cognitive de la traduction dans les langues de spécialité: vers une systématisation de la description de la conceptualisation métaphorique.” *Meta: Translators’ Journal* 50 (2): 415–31. https://www.erudit.org/ (accessed August 5, 2026).

Vandaele, Sylvie, Sylvie Boudreau, Leslie Lubin, and Elizabeth Marshman. 2006. “La conceptualisation métaphorique en biomédecine: indices de conceptualisation et réseaux lexicaux.” *Glottopol* 8: 73–94. https://glottopol.univ-rouen.fr/ (accessed August 5, 2026).

Vandaele, Sylvie. 2018. “Conceptualisation Indices in Health and Life Sciences Translation: An Experientialist Approach.” *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 10: 225–56. https://rua.ua.es/ (accessed August 5, 2026).

BUPT