



Tagung

**vinolingua**

**Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe  
Einheit und Vielfalt der Weindiskurse in Europa**

Universität Innsbruck, 15. bis 16. Oktober 2012  
„Claudiasaal“, Claudiana, Innsbruck, Herzog-Friedrich-Straße 3

Organisation:

Eva Lavric, Universität Innsbruck, Institut für Romanistik, & Frankreich-Schwerpunkt  
Laurent Gautier, Université de Bourgogne, Centre Interlangues TIL (EA 4182)  
Kontakt: [eva.lavric@uibk.ac.at](mailto:eva.lavric@uibk.ac.at) und [vinolingua.dijon.recherche@gmail.com](mailto:vinolingua.dijon.recherche@gmail.com).

**Programm**

**Montag, 15. Oktober 2012**

<i>Zeit</i>	<i>Name</i>	<i>Thema</i>
9:00 h – 10:00h		<i>Ouverture (en présence de S.E. Monsieur Stéphane Gompertz, Ambassadeur de France en Autriche)</i>
10:00h – 10:45h	Eva Lavric (Innsbruck)	<i>Présentation du projet européen VinoLingua</i>
10:45h – 11:00h		<i>Kaffeepause</i>
11:00h – 11:45h	Laurent Gautier (Dijon), Yves Le Fur (Dijon), Bertrand Robillard (Champagne), Eva-Maria Rupprechter (Innsbr.)	<i>La minéralité vue par le consommateur : des mots aux représentations et vice-versa</i>
11:45h – 12:30h	Bernd Spillner (Duisburg-Essen)	<i>Kulturbezogene kontrastive Analyse der Weinansprache: Georgien – China – Europa</i>
12:30h – 14:30h		<i>Mittagspause mit Weinverkostung</i>
14:30h – 15:15h	Robert Vion (Aix-Marseille)	<i>Les discours sur le vin. Interaction et cognition</i>
15:15h – 16:00h	Micaela Rossi (Genova)	<i>Pour une description du processus de création des métaphores dans le langage du vin – étude comparative français-italien</i>
16:00h – 16:30h		<i>Kaffeepause</i>
16:30h – 17:15h	Eva-Maria Rupprechter (Innsbruck)	<i>Un exemple d'utilisation d'un « jargon » : Le positionnement du dégustateur de vin à travers les stratégies lexicales et discursives</i>
17:15h – 18:00h	Irmgard Rieder (Innsbruck)	<i>Eine Terminologiedatenbank als Sprachlehrmaterial – kann das funktionieren?</i>

**Dienstag, 16. Oktober 2012**

<i>Zeit</i>	<i>Name</i>	<i>Thema</i>
8:30h – 9:15h	Julia Kuhn (Jena)	<i>Menschen und ihr Wein in Spanien und Mexiko Les hommes et leurs vins en Espagne et au Mexique</i>
9:15h – 10:00h	Frank Paulikat (Augsburg)	<i>Der Wortschatz des Weins in der italienischen Lexikographie</i>
10:00h – 10:45h	Dorota Skrobiszewska-Kurek (Cracovie)	<i>Des mots aux sens. Une approche comparative franco-polonaise des champs conceptuels du lexique vitivinicole</i>
10:45h – 11:00h	<i>Kaffepause</i>	
11:00h – 11:45h	Victor Coto Ordás (Oviedo)	<i>L'apprentissage des langues en «télé-tandem»: proposition d'un modèle d'apprentissage collaboratif pour les utilisateurs de la méthode VinoLingua</i>
11:45h – 12 30h	María Prieto Grande (Oviedo)	<i>Aproximación a la expresión artística sobre el vino</i>

**Wir danken unseren Sponsoren: dem Land Tirol, der Innsbruck Tourismus und dem Vizerektorat für Forschung der Universität Innsbruck.**



## Zusammenfassungen der Beiträge

**Víctor Coto Ordás**

(Universidad de Oviedo)

**El aprendizaje de lenguas en e-tándem: propuesta de un modelo de aprendizaje colaborativo para los usuarios del método VinoLingua.**

**L'apprentissage des langues en «télé-tandem»: proposition d'un modèle d'apprentissage collaboratif pour les utilisateurs de la méthode VinoLingua.**

Proponemos un modelo de aprendizaje colaborativo telemático «en tándem» para que los usuarios del portal VinoLingua puedan ponerse en contacto con hablantes nativos de la lengua que están aprendiendo «con el propósito de mejorar su competencia comunicativa en la lengua materna de su compañero de tándem» (Brammerts, 2003: 28)<sup>1</sup>.

Presuponemos que, fruto de un interés común de los dos miembros del tándem –el deseo de aprender la lengua del compañero–, ambos se verán obligados a cooperar, ya que sólo a través de ese esfuerzo mutuo y de esa colaboración ambos serán capaces de establecer un equilibrio entre el beneficio de poder practicar la lengua meta con un hablante nativo –experto como él en el mundo del vino– y el esfuerzo de ayudar a un compañero.

En el transcurso de nuestra comunicación explicaremos con detalle la metodología que subyace a este tipo de aprendizaje y los principios que lo sustentan, entre ellos: los principios de reciprocidad y autonomía.

Hablaremos, asimismo, de la experiencia de la Universidad de Oviedo y, más en concreto, de La Casa de las Lenguas en la realización de programas de intercambio en tándem; fruto de la cual podemos dar ciertas orientaciones con respecto a las tareas de organización, asesoramiento y certificación del aprendizaje en tándem.

Résumé (très résumé):

On propose un modèle d'apprentissage collaboratif, le «télé-tandem», pour que les utilisateurs du site VinoLingua puissent se mettre en contact avec des vignerons natifs de la langue qu'ils sont en train d'apprendre « pour améliorer leur compétence communicative dans la langue de leur partenaires » (Brammerts, 2003: 28)<sup>1</sup>.

**Laurent Gautier, Yves Le Fur, Bertrand Robillard, Eva-Maria Rupprechter**

(Université de Bourgogne, Institut Œnologique de Champagne, Université d'Innsbruck)

**La minéralité vue par le consommateur : des mots aux représentations et vice-versa**

Cette communication, qui s'inscrit à la suite de Gautier/Le Fur/Robillard (sous presse), vise à présenter les résultats du premier volet d'un projet de recherche réalisé, sous l'égide de l'Institut Œnologique de Champagne, par une équipe pluridisciplinaire réunissant linguistes, chimistes et spécialistes des sciences du goût. Si le projet global vise à analyser les modes de construction cognitive du concept de minéralité du vin chez les experts et les consommateurs en l'articulant sur les réalités sensorielles observables, la première partie présentée et discutée ici s'est focalisée sur le seul discours des consommateurs approché au travers d'un questionnaire en ligne.

L'exposé reviendra brièvement sur les hypothèses de travail du projet ainsi que sur la méthodologie mise en œuvre pour s'arrêter sur les résultats de l'analyse sémantique du corpus de parole ainsi récolté. On discutera ainsi les fréquences les plus saillantes et les combinatoires préférentielles pour tenter de cerner la façon dont le public cible se représente la notion de minéralité. Ces tendances seront examinées et problématisées à la fois à la lumière du discours ambiant dégagé dans l'étude précédemment citée et par rapport à quatre groupes focus que l'analyse statistique des données sociologiques et de comportement d'achat a permis de dégager comme pertinentes.

---

<sup>1</sup> BRAMMERTS, H. (2003). «Autonomous language learning in tandem: The development of a concept», en LEWIS, T. y WALKER, L. (eds.) (2003). *Autonomous language learning in tandem*; pp. 27-36. Sheffield: Academy Electronic Publications.

**Julia Kuhn**

(Friedrich-Schiller-Universität Jena)

## **Menschen und ihr Wein in Spanien und Mexiko Les hommes et leurs vins en Espagne et au Mexique**

Spanien und Mexiko verbindet eine nicht immer spannungsfreie gemeinsame Geschichte. Die Kolonisierung durch Spanien bedeutete für Mexiko die Unterdrückung der indigenen Sprachen und massive Eingriffe in lokale landwirtschaftliche Traditionen wie auch in den Weinbau. Bis heute kämpfen die indigenen Sprachen, die erst 2003 als Nationalsprachen anerkannt wurden, sich neben dem Spanischen zu behaupten. Der traditionelle Weinbau der indigenen Bevölkerung Mexikos wurde durch die Ankunft der Spanier massiv verändert. Der Betrag soll aufzeigen, wie auf sprachlicher und kultureller Ebene ein vergleichbares Spannungsfeld besteht und wie sich zwischen soziolinguistischen Entwicklungen und dem kulturellem Bereich (in Hinblick auf Traditionen des Weinbaus) Parallelen aufzeigen lassen.

**Eva Lavric**

(Universität d'Innsbruck)

## **Présentation du projet européen « VinoLingua »**

« VinoLingua » est un projet européen (programme « Lifelong Learning », durée 2010-2012) qui a pour but de créer du matériel didactique pour l'enseignement des langues aux viticulteurs. Les langues visées sont l'allemand, le français, l'espagnol et l'italien, chacune pouvant être langue de départ ou langue cible (12 combinaisons possibles).

VinoLingua est un projet innovateur en ce qu'il allie un niveau débutants (A1, A2 du cadre européen de référence, plus B1 réceptif) à l'enseignement d'une langue de spécialité à des professionnels. C'est un projet basé sur une étude des besoins du groupe cible, étude qui avait révélé la nécessité d'un cours d'auto-apprentissage, centré principalement sur l'activité (orale) de dégustation. Celle-ci peut se dérouler dans le cadre d'une visite au domaine ou dans celui d'un salon du vin. Cette situation a été documentée et étudiée dans les quatre langues à travers un corpus vidéo, qui est à la base des leçons et qui fournit du matériel d'étude authentique.

L'enseignement se situe à trois niveaux, il présente l'activité de dégustation six fois, dans des contextes différents et avec des degrés de difficulté en augmentation. Le premier niveau raconte une visite individuelle au domaine, le second la participation à un salon du vin, et le troisième une visite du domaine par un groupe. Sont associés au thème de la dégustation celui de la présentation de l'entreprise, des travaux de la vigne et de la cave, ainsi que la vente en direct et par internet, en gros et en détail. La progression linguistique commence avec un accent mis sur les « chunks », des unités linguistiques complexes qui peuvent être mémorisées, recyclées et modifiées sans qu'il y ait forcément une compréhension grammaticale de détail. Elle introduit peu à peu la grammaire strictement nécessaire, tout en ajoutant des « chunks » plus complexes, susceptibles de nombreuses variations. Elle débouche finalement dans les dernières leçons sur l'étude de vidéos authentiques tirées du corpus et sur une observation des marques du parlé.

Dans la plupart des leçons, des « fiches personnalisées » invitent le viticulteur apprenant à se créer, à partir du matériel linguistique donné dans la leçon, un texte adapté à ses propres besoins, une description de son domaine, de ses vins, de ses conditions de vente etc., qu'il pourra mémoriser et utiliser dans les contacts avec des clients étrangers.

A ne pas oublier le côté culturel : VinoLingua est basé sur la culture de cinq régions viticoles européennes, le Tyrol du Sud, la Bourgogne, la Toscane, la Basse Autriche et Toro en Espagne. Les différentes cultures du vin sont présentées à l'exemple de ces régions, à travers des items culturels présents dans chaque leçon et à travers une brochure culturelle qui accompagne les manuels.

Ces manuels (quatre, un pour chaque langue) sont complétés par un site internet qui donne du matériel supplémentaire (p.ex. les traductions de tous les dialogues dans toutes les langues, des explications de grammaire supplémentaires, et une base de données terminologique créée spécialement pour le projet) et propose des exercices sur vidéo ainsi qu'un forum qui permettra aux viticulteurs vinolinguistes de se contacter et de créer une communauté qui s'entraidera en tandem et en petits groupes à pratiquer les langues étrangères apprises. Par ailleurs, l'association des écoles de viticulture européennes devrait reprendre les matériels VinoLingua et les insérer dans ses enseignements, si bien que ceux-ci serviront également pour un enseignement plus classique.

### **Frank Paulikat**

(Universität Augsburg)

### **Der Wortschatz des Weins in der italienischen Lexikographie**

Mit dem *Dictionnaire de la langue du vin* von Martine Coutier 2007 liegt für das Französische ein philologisch fundiertes Wörterbuch der Terminologie des Weins vor, in dem auch etymologische Aspekte auf der Grundlage einer breiten empirischen Basis berücksichtigt werden.

Für das Italienische steht eine entsprechende Arbeit bisher noch aus. Die allgemeinsprachlichen Belegwörterbücher integrieren den Fachwortschatz nur marginal, in den Spezialwörterbüchern bleiben wiederum sprachhistorische Aspekte weitgehend unberücksichtigt.

In dem Vortrag werden anhand einiger zentraler Begriffe Desiderata der fachsprachlichen Lexikographie aufgezeigt und erste Ergebnisse einer an den Quellentexten orientierten Überarbeitung vorgestellt. Durch den Vergleich mit der französischen Lexikographie lässt sich darüber hinaus die Internationalität des *discours sur le vin* nachweisen.

### **María Prieto Grande**

(Universidad de Oviedo)

### **Aproximación a la expresión artística sobre el vino**

A través de textos literarios y musicales estudiaremos la manera en que la creación artística aborda la degustación del vino y cómo este hecho está presente en nuestra lengua en formas diferentes. España, al igual que otros países involucrados en el Proyecto VinoLingua, es un país en el que la cultura del vino se encuentra profundamente arraigada y por ello exploraremos su presencia en la literatura española desde sus orígenes clásicos para elaborar una clasificación temática de los tópicos que se manifiestan en los textos literarios y que se han mantenido a lo largo de siglos. Desde fragmentos literarios clásicos (de la literatura juglaresca, del *Lazarillo de Tormes*, etc.) a coplas y canciones festivas, así como refranes aún utilizados en el día a día (*Al pan, pan y al vino, vino; tener mal vino/mala uva*, etc.). Deseamos demostrar que el vino es parte viva de la cultura española y que, por ello, podemos encontrar fácilmente manifestaciones artísticas en las que aparecen temas que constituyen interacciones y comportamientos de tipo social como, por ejemplo, beber para celebrar, para olvidar, para curar, para sincerarse, etc. Rastreamos todos estos tópicos y veremos cómo se repiten y utilizan casi invariablemente a lo largo del tiempo adoptando distintas formas artísticas, culturales y sociales.

Asimismo, explorar la vertiente cultural de las manifestaciones lingüísticas del vino favorece el conocimiento y contraste de culturas pues los contenidos guardan estrecha relación con aspectos sociolingüísticos del español y por eso, la primera implicación didáctica nos obligará a proponer actividades con un enfoque integrador centrado en la acción que obliga a considerar a los estudiantes como agentes sociales para que puedan reconocer y contrastar culturas y así poder interactuar socialmente en una lengua extranjera.

Por otra parte, conocer dichos aspectos de la lengua del vino permitirá ahondar en el desarrollo de las competencias generales de la lengua que aparecen en el Marco: desarrollo del conocimiento del mundo, el conocimiento sociocultural, las destrezas y habilidades interculturales y la competencia existencial. Se trata, en definitiva, de abogar por el tratamiento de la lengua como fenómeno global donde se desarrollan al tiempo distintas competencias.

**Irmgard Rieder**  
(Universität Innsbruck)

### **Eine Terminologiedatenbank als Sprachlehrmaterial – kann das funktionieren?**

Im Rahmen des Projekts VinoLingua findet Sprachenlernen vor dem Hintergrund eines spezifischen Fachbereichs und im Umfeld einer sehr ausgeprägten Fachsprache statt.

Um einerseits die Anforderung der Fachsprachlichkeit nach einheitlicher Verwendung der Terminologie zu gewährleisten und andererseits den Sprachlernprozess durch geeigneten Input zu unterstützen, muss die Terminologie auf einem an die Zielgruppe angepassten sprachlichen Niveau beschrieben und in einer für die Zielgruppe geeigneten Form präsentiert werden.

Dazu wurde das Fachgebiet einerseits über graphisch dargestellte Begriffssysteme erschlossen und andererseits eine mehr oder weniger konventionelle mehrsprachige Terminologiedatenbank erstellt, die die Möglichkeit bietet, die gesuchten Informationen nicht nur alphabetisch bzw. über eine freie Suche, sondern auch über die verlinkten Begriffsbeziehungen im thematischen Zusammenhang aufzurufen.

Bei der Erstellung dieser Terminologiekomponente für das Projekt konnten naturgemäß nicht alle Vorgaben der übersetzungsorientierten Terminologearbeit, die sich an Sprachspezialisten mit geringen bis mittleren Fachkenntnissen wendet, erfüllt werden, vielmehr orientierte man sich an der Zielgruppe von VinoLingua, nämlich Fachspezialisten mit geringen Fremdsprachenkenntnissen, indem z.B. der Grad der Fachsprachlichkeit der verwendeten Definitionen oder die Art der sprachlichen Information sowie die dafür verwendete Metasprache entsprechend angepasst wurden.

**Micaela Rossi**  
(Università di Genova)

### **Pour une description du processus de création des métaphores dans le langage du vin – étude comparative français-italien**

Notre proposition se focalise sur l'étude des mécanismes sémiotiques et conceptuels qui sous-tendent les métaphores terminologiques dans le langage de l'œnologie. Nous nous intéresserons en particulier au statut sémiotique des diverses métaphores de la terminologie du vin (distinguant les catachrèses, les métaphores cohérentes partagées, les métaphores conflictuelles – voir Prandi, 2012), ainsi qu'aux mécanismes de verbalisation des concepts métaphoriques dans des systèmes linguistiques et culturels différents. L'étude comparative d'un corpus bilingue (français-italien) composé des nomenclatures de glossaires terminologiques, nous permettra de mettre en évidence les modulations de sens éventuelles dans la conceptualisation métaphorique (par exemple, le décalage existant dans la métaphorisation antropomorphique des *larmes* du vin et les *archetti* en italien, le *disque* en français et l'*unghia del vino* en italien...). L'analyse des domaines sélectionnés pour la création de métaphores dans les deux langues, ainsi que l'étude en diachronie du processus de formation terminologique sur base de métaphore, nous permettra également d'envisager des retombées didactiques utiles pour l'enseignement/apprentissage de la terminologie œnologique.

#### Références bibliographiques

- Amoraritei, L. (2003), *La Métaphore en Œnologie*, [HTTP://WWW.METAPHORIK.DE/03/AMORARITEI.HTM](http://www.metaphorik.de/03/AMORARITEI.HTM).
- Assal, J. Ph. (1994) : *La métaphorisation terminologique*, « Terminologie et traduction », 2, pp. 235-242.
- Boyd, R. (1979[1993]): « Metaphor and theory change: what is 'Metaphor' a metaphor for? », in A. Ortony (ed. 1979[1983]): 481-532.
- Coutier M. (1997), *Le champ du corps dans le vocabulaire de la dégustation du vin*, « Cahiers de lexicologie », n° 71, 1997-II, page 67-99.
- (1994), *Tropes et termes: le vocabulaire de la dégustation du vin*, « META » vol. 39, n°4, pp. 662-675.
- Détrie, C. (2001) : *Du sens dans le processus métaphorique*, Champion, Paris.
- Dumarsais, C. (1730(1988)) : *Des tropes, ou des différents sens*, Flammarion, Paris.
- Fauconnier, G. (1997): *Mappings in Thought and Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gardes Tamine, J. (2012) : *Au cœur du langage. La métaphore*, Paris, Champion.
- Gaudin, F. (2003) : *Socioterminologie, une approche sociolinguistique de la terminologie*, Bruxelles, Duculot De Boeck.
- Giaufret A., Rossi M. (2010) : *L'année mondiale de l'astronomie: la diversité terminologique et culturelle de l'espace métaphorique*, Actes du Colloque GLAT 2010, Lisboa, 17-19 maggio 2010, pp. 131-144.
- Gibbs, R. W. Jr. (1994) : *The Poetics of Mind*, Cambridge University Press, Cambridge.

- Kuhn, Th. S. (1962): *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago – London: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1980) : *Metaphors we Live by*, The University of Chicago Press, Chicago – Londres.
- Lakoff, G., Turner, M. (1989) : *More than Cool Reason*, The University of Chicago Press, Chicago – Londres.
- Martin, J.C. (2006), *Parcours culturel dans l'identité du vin*, Agro – Montpellier version 10 mai 2006 <http://le-vin-nature.com/blog/index.php?id=84>
- Oliveira, I. (2007), *Sens figuré et compréhension humaine*, Actes du colloque interdisciplinaire : Nouvelles perspectives de la recherche française sur la culture portugaise (5-6 février 2007), <http://www.msh-clermont.fr/rubrique3.html> (consulté en septembre 2008)
- Oliveira, I. (2009) : *Nature et fonction de la métaphore en science*, L'Harmattan, Paris.
- Sierra Soriano, A., Mogorron Huerta, P, *Quels termes pour parler de vin? Etude contrastive français-espagnol*, [http://dialnet.unirioja.es/servlet/autenticador?redirect=/servlet/fichero\\_articulo?articulo=1011620](http://dialnet.unirioja.es/servlet/autenticador?redirect=/servlet/fichero_articulo?articulo=1011620)
- Prandi, M. (1992) : *Grammaire philosophique des tropes*, Les Editions de Minuit, Paris.
- Prandi, M. (2012) « A Plea for Living Metaphors: Conflictual Metaphors and Metaphorical Swarms », *Metaphor and Symbol* 27, 2: 148-170.
- Temmerman, R. (2000), *Une théorie réaliste de la terminologie: le sociocognitivisme*, « Terminologies Nouvelles », n.21, juin 2000, pp.58-64.
- Rossi, M. (2009) *L'emploi de la métaphore comme ressource pour la néologie terminologique : le cas du langage de la dégustation du vin*, Actes du Colloque « La métaphore en langues de spécialité », Lyon, 26 septembre 2008, PUL, 2009, pp.199-227.
- Rossi, M. (2009) *Langue et culture dans un verre. Pour une étude multilingue du langage du vin*, in Lavric, Eva (ed.): *Food and Language. Sprache und Essen* (Intrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation), Frankfurt/M. e.a.: Peter Lang 2009, pp.161-170.
- Temmermann, R. (2000): *Towards new ways of terminology description: the sociocognitive-approach*, Amsterdam-Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- Vandaele S. (2004) : « Approche cognitive de la traduction dans les langues de spécialité : vers une systématisation de la description de la conceptualisation métaphorique », *Meta : journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, Volume 50, numéro 2: 415-431

## **Eva-Maria Ruppachter**

(Université d'Innsbruck, Université Paris 5 René Descartes)

### **Un exemple d'utilisation d'un « jargon » :**

#### **Le positionnement du dégustateur de vin à travers les stratégies lexicales et discursives**

Notre communication se propose d'analyser les stratégies discursives qui sont appliquées par le viticulteur au moment d'une dégustation de vin. Le corpus utilisé à cet effet est constitué des vidéos de dégustations de vin en allemand et en français qui ont été réalisées dans le cadre du projet européen *VinoLingua*. Ce corpus nous permet de découvrir les spécificités linguistiques du discours du viticulteur en tant qu'expert du domaine qui se trouve devant un public d'amateurs. Il s'agit donc d'analyser l'image que l'énonciateur donne de lui-même et la manière dont il construit ses co-énonciateurs, ce qui se reflète bien entendu dans son choix langagier. Recourt-il à son lexique de spécialité du vin ? Laisse-t-il suffisamment de place au lexique descriptif commun ou à des paraphrases et à des explications ? S'assure-t-il de la compréhension de son public ? Les réponses à ces questions nous permettent de comprendre l'objectif de ce genre discursif qu'est la dégustation de vin. En effet, la transmission des informations sur le vin et l'assurance de la compréhension ne se trouvent pas toujours au centre de l'intérêt ; le viticulteur vise surtout à séduire et à convaincre le consommateur de vin. L'usage d'une terminologie difficilement déchiffrable peut donc être une stratégie qui renforce l'impression que le public pénètre dans un domaine d'exception. L'usage du lexique du vin pour de telles finalités nous rapproche de sa conception comme un argot de métier : outre sa fonction technique qui assure une communication efficace et précise à l'intérieur du domaine de spécialité, le lexique du vin remplit de plus une fonction identitaire et même une fonction cryptique importante. Ces fonctions langagières ne se limitent pas à la communication entre experts, mais elles jouent aussi au moment où le viticulteur se présente avec sa langue de spécialité à des non-initiés. Il s'agit de vérifier l'hypothèse selon laquelle le viticulteur balance entre deux extrêmes pendant une dégustation de vin : d'un côté il essaie de se faire comprendre et de transmettre des informations à son public si bien qu'il s'adapte à lui au niveau langagier, de l'autre il fait exprès de recourir à sa terminologie pour se présenter comme un expert et voiler d'une certaine manière la signification du contenu pour que le domaine du vin soit saisi comme un terrain d'exception auquel le public a le privilège d'être initié à travers la dégustation.

**Dorota Skrobiszewska-Kurek**  
(Université Jagellone, Cracovie)

### **Des mots aux sens.**

#### **Une approche comparative franco-polonaise des champs conceptuels du lexique vitivinicole**

L'intervention présentera l'état de recherches sur le lexique vitivinicole menées dans le cadre des études comparatives franco-polonaises et des langues de spécialité. Elles résultent de l'expérience en traduction et en lexicographie de l'auteur qui a pu observer de près la naissance et le développement de la nouvelle langue et du nouveau vocabulaire spécialisés.

La question principale que nous nous sommes posée dans le contexte du vocabulaire de dégustation était si la communication entre les dégustateurs professionnels dans un milieu plurilingue, basée sur des représentations liées à la perception, peut être efficace et univoque ? Pour répondre à cette question nous avons cherché à comprendre en quoi consiste la perception du point de vue psycholinguistique et cognitif et à soumettre le sens de certains termes à une analyse par des spécialistes franco- et polonophones.

Nos recherches visent également la systématisation et la normalisation du lexique spécialisé vitivinicole à l'échelle multilingue ainsi que la création d'un corpus de termes spécialisés à l'aide d'un outil informatique.

L'intervention présentera également les méthodes et les résultats d'une pré-étude portant sur une analyse de champ conceptuel des termes d'une sonorité et étymologie comparables, en français : *muscaté, muscadé, muscadet, musqué* et en polonais : *muszkato, muskatowe, muszkatelowe, muszkatołowe*. Les mots polonais sont des emprunts au français c'est pourquoi, dans le contexte d'une approche contrastive, il a paru intéressant d'étudier la structure de leurs champs sémantiques.

**Bernd Spillner**

(Universität Duisburg-Essen)

#### **Kulturbezogene kontrastive Analyse der Weinansprache: Georgien – China – Europa**

Der Beitrag diskutiert zunächst am Beispiel der Weinansprache die bekannte Problematik der sprachlichen Wiedergabe von Geruchs- und Geschmackseindrücken. Dabei werden die lexikalischen Möglichkeiten der Adjektive und der behaupteten interkulturellen/interlingualen Unterschiede besprochen, anschließend die für die Kommunikation über Wein erforderlichen chemischen Terminologie-Inventare und die ausgearbeiteten Metaphern-Reihen.

Es ist davon auszugehen, dass die metaphorischen Kommunikationskonventionen im europäischen Diskurs aufgrund langer interkultureller Rezeption relativ kongruent sind (siehe z.B. die jahrhundertelangen Exporte von Portwein, Bordeaux, Gaillac nach Großbritannien, später nach Bremen). Weniger ist dies der Fall im Vergleich mit anderen Gebieten langer Weintradition (Georgien, Persien, China). Es werden ansatzweise Vergleiche mit diesen Ländern skizziert.

Abschließend wird dafür plädiert, die überwiegend lexikalisch-terminologischen Vergleiche durch solche im Rahmen einer Kontrastiven Textologie zu erweitern.

**Robert Vion**

(Université d'Aix-Marseille)

### **Les discours sur le vin. Interaction et cognition**

Les discours sur le vin exigent de prendre en compte les interactions dans lesquelles ils sont produits. Il convient toutefois de ne pas limiter l'interaction à la seule relation de face à face comme ont pu le faire certaines analyses conversationnelles qui, avec une notion trop large de conversation, ne pouvaient aborder la diversité des situations d'échange. Face à cette approche décontextualisée il ne serait pas non plus suffisant de développer une analyse purement interactionnelle en se focalisant sur les problèmes de figuration et de construction interactive du tissu discursif. Si les aspects psychosociologiques ont néanmoins leur importance il convient de les examiner



en considérant d'abord la complexité de ces interactions qui ne se limitent pas à la mise en scène de la vie quotidienne au travers de la langue commune mais articulent cette dernière à une langue de spécialité. Par ailleurs, les tâches et activités qui s'y développent impliquent d'appréhender la dimension cognitive et, plus exactement celle d'une cognition située selon laquelle les tâches linguistiques mises en œuvre se structurent et prennent sens dans le contexte particulier où elles apparaissent. Cette jonction entre interaction et cognition située est d'autant plus nécessaire que les interactions de dégustation mobilisent des pratiques discursives et des connaissances d'une « langue de spécialité ». Ainsi, la description d'un vin met en œuvre des productions spécialisées tout en utilisant la langue commune.

Dans notre intervention, nous examinerons quelques-unes des situations dans lesquelles sont produits les discours décrivant les vins. Nous nous proposons d'analyser chaque situation en termes de finalités entraînant une hiérarchie particulière de tâches cognitivo-discursives. Il ne s'agit pas de construire une sorte de grammaire de constituants pour chacune de ces situations mais d'examiner comment chaque sujet effectue interactivement, dans une situation particulière, les diverses tâches mobilisées. Parmi les situations appréhendées en termes de finalités, notons le concours de sommelier, qui s'articule autour de l'identification de vins, la dégustation chez un producteur, autour de la présentation d'un domaine et de ses productions ou encore l'apprentissage sensoriel, autour de l'acquisition de connaissances et de savoir faire. Parmi les tâches discursives mobilisées, de manières différenciées selon les situations, notons la description, le commentaire, l'information, l'argumentation (hypothèse, argument, justification, concession, conclusion), l'explication, l'évaluation conclusive, la définition de termes, le discours instructionnel. Enfin, il convient également d'analyser ces tâches en tenant compte des modes d'implication et des attitudes énonciatives des sujets de manière à croiser le regard linguistique et la dimension cognitive de ces activités. L'accent sera donc mis sur la diversité des discours de la dégustation en fonction des finalités et des stratégies discursives et énonciatives des acteurs.