



**HAL**  
open science

# L'analogie en oenologie : pour une petite sémantique oenologique

Camille Colin

► **To cite this version:**

Camille Colin. L'analogie en oenologie : pour une petite sémantique oenologique. *Language Design - Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, 2016, Analogie, Figement et Polysémie, Special Issue (2016). hal-01469437

**HAL Id: hal-01469437**

**<https://hal.science/hal-01469437v1>**

Submitted on 16 Feb 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **L'analogie en œnologie: Pour une petite sémantique œnologique**

CAMILLE COLIN  
*Sorbonne Nouvelle Paris III*

**Résumé:** Cet article se penche sur la qualification des percepts en œnologie, à partir de l'approche théorique de Lakoff & Johnson. Il permet de montrer que les extensions d'emplois sémantiques effectuées par analogie ne vont pas nécessairement d'un domaine concret à un domaine abstrait, et que dans le cas de l'œnologie, le vocabulaire consacré emprunte à différents domaines, tout en mettant en œuvre plusieurs types d'analogies, afin de tenir compte de la subjectivité du dégustateur.

**Mots-clés:** œnologie; terminologie vinicole; métaphore gustative; métaphore olfactive synesthésie

**Abstract:** This article tells about how to qualify percepts in the field of oenology, from the theoretical approach of Lakoff and Johnson. It allows to show that the use of extended vocabulary by analogy does not necessarily range from concrete to abstract perception and that in the case of oenology the specific vocabulary may be taken from a variety of fields, while implementing many adequate types of analogy so as to take into account the wine-taster's subjectivity.

**Keywords:** oenology; winemaking terminology; gustatory metaphor; olfactory metaphor, synesthesia

### **1. Introduction**

Depuis les travaux de Lakoff & Johnson (1980, 1999), l'on tend à considérer que la pensée humaine est incarnée (embodied), c'est-à-dire ancrée dans l'expérience, et qu'elle se déploie en un second temps par extensions métaphoriques, permettant ainsi à la pensée de conceptualiser les domaines dits abstraits.

Cette extension métaphorique est permise par une activité cérébrale consistant à identifier des similitudes structurales entre deux domaines distincts, et à établir entre eux des analogies (Gentner et al., 2001), lesquelles sont entendues comme "rapports de ressemblance, d'identité partielle, entre des réalités différentes préalablement soumises à comparaison" (Vernant, 2005). Un parallèle rapproche alors deux éléments structurellement similaires, abstraction

faite de leurs domaines d'appartenance. Peut-être y aurait-il par ailleurs un phénomène de réciprocité – du moins partielle – entre les domaines analogues ainsi rapprochés, phénomène qualifié de fusion (*blending*) dans la littérature (Fauconnier, 1997).

Dans le cas d'une métaphore, l'analogie n'est qu'un phénomène initial auquel succède le positionnement asymétrique d'un domaine source – pourvu d'une plus grande richesse conceptuelle – et d'un domaine cible – abstrait, et donc moins précisément structuré. Le second emprunte ainsi au premier certaines de ses caractéristiques. La métaphore permet ainsi d'effectuer un transfert de signification du domaine source au domaine cible. C'est ainsi que le terme de virus, qui désigne l'origine d'une série de problèmes appliquée à la structure du corps humain, va pouvoir être appliqué à l'informatique, où il désigne de même l'origine de problèmes appliqués à la structure informatique, donnant lieu au déploiement d'un lexique cyber-médical, où l'on pourra parler de protection ou de désinfection d'un ordinateur.

Cette théorie a été appliquée unilatéralement à la pensée humaine, postulant que tout domaine abstrait prend appui sur un domaine concret (Lakoff & Johnson, 1980). Tout l'enjeu d'une réflexion sur la complexité de la catégorisation humaine est alors concentré dans les deux questions suivantes:

- i) Qu'est-ce qu'un domaine abstrait?
- ii) Un domaine abstrait est-il systématiquement structuré par analogie avec un domaine concret?

Nous chercherons ici à définir ce que sont des domaines abstraits et concrets, puis examinerons de plus près un domaine au statut problématique, celui de l'œnologie, en cherchant à dégager de l'analyse du lexique œnologique les stratégies de catégorisation et de qualification de percepts qui offrent peu de prise à la représentation. Ces réflexions nous conduiront à proposer quelques principes de la sémantique œnologique, et à travers ceux-ci, à remettre en cause les affirmations précédemment évoquées.

## **2. Que sont des domaines “abstrait” et “concrets”?**

**2.1.** Une question se pose face à la théorie de la pensée métaphorique, celle du mode d'identification du caractère concret d'un domaine. C'est qu'il relève de l'expérience (Lakoff & Johnson, 1999), i.e. de l'ancrage physique du corps dans le monde. Autrement dit, un domaine concret est expérimenté par l'un de nos cinq sens. Mais à y bien regarder, en termes de physique naïve, seuls quatre des cinq sens nous permettent l'accès aux entités “matérielles”, sensibles pour ainsi dire (la vue, le toucher, l'ouïe, le goût), tandis que le dernier, l'odorat, nous permet d'appréhender une part plus immatérielle des entités – les molécules

responsables des odeurs ont certes leur part de matérialité, mais on conviendra que leur statut dans notre expérience quotidienne est différent des perceptions issues des autres sens. Certes, la vue et l'ouïe, en permettant de capter des vibrations émises, créées ou répercutées par les objets de l'expérience, ne sont pas fondées sur un contact direct avec ces objets, tandis que la perception des molécules odorantes émanant d'objets peut être considérée comme relation directe entre sujet percevant et objet perçu. L'odorat cependant ne permet pas que soit construite à partir de ses percepts une représentation claire, indépendante des autres sens, et l'on conviendra qu'il peut être malaisé d'identifier une odeur sans support immédiat, visuel, auditif, tactile ou gustatif, à l'instar de ces odeurs rencontrées au détour d'une rue, qui n'ont pour effet que de provoquer la perplexité du promeneur se retournant sur lui-même, les sens alertes, à l'affût d'un indice.

Un domaine concret est en somme un domaine qu'il est aisé de percevoir, et qui nous fournit des représentations claires en cela qu'elles sont liées à notre sens dominant: la vue — c'est sans doute pour cette raison que l'on emprunte à la vue son vocabulaire pour évoquer la pensée humaine: on a les idées claires ou embrouillées, et des raisons non explicitées et incompréhensibles sont qualifiées d'obscurées. S'il est aisé à percevoir, c'est également que le domaine concret offre des contenus qui, même lorsqu'ils sont complexes, rendent possible leur représentation mentale. Ainsi, le toucher nous permet de mieux percevoir la structure des entités, d'appréhender notamment leur consistance, et même une expérience tactile relativement complexe telle que celle de caresser un tronc d'arbre, ou le pelage froid et mouillé d'un chien peut faire l'objet d'une représentation mentale. L'ouïe est profondément ancrée dans notre expérience de l'espace, c'est-à-dire dans notre estimation de la distance ou du mouvement (rapprochement / éloignement); dans le cas de percepts auditifs complexes, tels que le Concerto Brandebourgeois de Bach, la représentation mentale est encore parfaitement possible.

Le goût quant à lui, souvent associé à l'odorat, permet de découvrir la saveur des aliments; il peut également être associé au toucher, dont il semble être le prolongement, dans la mesure où il permet de goûter la consistance, de sentir la "texture" des aliments – et même des objets en général lors du stade oral. Se représenter le goût d'une madeleine imbibée de thé, par exemple, revient à associer à la saveur de la madeleine sa texture amollie par le thé. Les quatre saveurs fondamentales (salé, sucré, amer, acide), ainsi que la palette de leurs nuances, sont liées à la stimulation de zones bien déterminées de la langue, comme c'est le cas avec la peau, organe du toucher <sup>1</sup>. Les quatre saveurs

---

<sup>1</sup> "Le goût est un sens chimique, les capteurs gustatifs sont réactifs à des molécules chimiques fixes. La

fondamentales sont en outre associées aux différents aliments qui nous les font ressentir. Ainsi, la pensée d'un cornichon ou d'un citron aura pour effet d'activer la mémoire des saveurs associées. A toute propriété vue, ouïe, touchée ou goûtée se voit attribué un qualificatif: jaune, sourd, moelleux, acide. En effet, chacun de ces quatre sens structure la perception et sa représentation de manière suffisamment claire pour qu'un mot permette de rappeler à la mémoire du sujet la sensation – parfois complexe – produite par le signifié sur le sujet, sensation presque toujours associée à une perception visuelle. Chaque sens, en somme, possède sa propre batterie terminologique pour qualifier ses percepts — en même temps que la représentation est permise par l'association de l'ensemble des percepts issus des divers sens (Cadiot, 2010: 60).

**2.2.** Il est malaisé de conférer à des entités non visibles – l'on pourrait dire "non sensibles" en termes de physique naïve – des structures claires, même lorsque celles-ci sont tout droit issues de l'expérience. Si les quatre sens dominants nous donnent accès à des entités concrètes, visibles, il n'en est pas tout à fait de même pour l'odorat, qui semble plus abstrait, en ce sens que nous ne pouvons pas systématiquement voir ce qui est responsable d'un arôme donné. L'odeur évoque avant tout l'objet dont elle émane: une odeur de banane n'a d'autre nom que celui d'odeur de, c'est-à-dire qu'elle renvoie à un objet tel qu'il est clairement perçu par les sens "concrets" que sont surtout la vue et le toucher – et à travers ce dernier, le goût.

La perception est donc ambiguë, évoquant à la fois l'objet dont elle émane et la sensation qu'elle provoque chez le sujet (Dubois, 2006). Nous nous trouvons ainsi face à un sens marginal, qui ne comporte pas de catégories autonomes pour ses percepts: "les odeurs ne sont pas construites conceptuellement comme une des propriétés sensibles du monde (...). Elles sont davantage construites sur les propriétés de la mise en relation d'un sujet au monde" (Dubois, 2006: § 50). Preuve en est notre difficulté à discerner les composants d'un mélange olfactif: même des parfumeurs professionnels sont incapables de discerner plus de deux composantes parmi un bouquet aromatique dont ils maîtrisent par ailleurs les unités pures. L'équation en vigueur pour le nez humain est bel et bien la suivante: **1+1=3**: la somme de deux odeurs équivaut à une troisième odeur (Brochet & Dubourdieu, 2001: 188). Nous sommes en revanche capables de distinguer les différents éléments perçus par les autres sens – les nuances d'une couleur, les notes d'un accord, les caractéristiques d'un tissu (lisse et épais, par exemple), ou

---

bouche cependant, tout en éprouvant des molécules du goût, perçoit des sensations tactiles et thermiques. Il est difficile de différencier de manière précise un premier type de réactions, suscité par un stimulus gustatif, d'un second type de réactions, qui est tactile, car elles sont quasiment simultanées (...)." (Normand, 2002: 29, cité par Cadiot, 2010: 48). "En un sens donc le goût peut être vu comme une version raffinée du toucher, intensifiée par les organes concernés" (Cadiot, 2010: 49).

encore les saveurs d'une viande en sauce. Pour ce dernier exemple, il apparaît clairement que le goût et l'odorat entrent en étroite relation dans la perception des saveurs et des odeurs ("flaveurs"<sup>2</sup>!), car l'odorat s'appuie fortement sur le goût, dont il fournit les prémices perceptives. S'il est vrai que notre odorat nous permet essentiellement de distinguer l'agréable du désagréable, c'est-à-dire le comestible du dangereux, c'est bien qu'il ouvre la voie à la perception gustative (ibid.).

**2.3.** Ces phénomènes de convergence des goûts et des odeurs ont des fondements cognitifs: des études effectuées sur des singes auraient montré la convergence des voies gustatives et olfactives vers le cortex orbito-frontal puis vers une zone précise du thalamus (*the ventral posterior medial nucleus of the thalamus*, (ibid.: 194)), ce qui expliquerait notre difficulté à dissocier les goûts des odeurs. Par ailleurs, l'olfaction solliciterait davantage l'hémisphère droit, zone de la représentation dimensionnelle et de la perception idéogrammatique<sup>3</sup>, que l'hémisphère gauche, zone spécialisée dans les processus analytiques et notamment le langage (Small et al., 1997). En somme, ce domaine dépourvu de composantes concrètes serait pensé à partir d'autres concepts issus de l'expérience à travers les autres sens plutôt que traité pour lui-même. Le principal critère de discrimination entre les odeurs est de nature hédonique: une odeur plaît ou ne plaît pas; ce phénomène serait dû à l'activité de l'hypothalamus dans le traitement cérébral des perceptions olfactives (Brochet & Dubourdieu, 2001: 194). Or, ce facteur discriminant est éminemment subjectif et ne repose pas sur une propriété inhérente à l'entité perçue. L'on sait par ailleurs à la lumière de recherches récentes en chimie et en neurophysiologie qu'il n'existe pas de correspondance directe entre les types de molécules odorantes et les réponses électrophysiologiques<sup>4</sup> (Sicard & Holley, 1984, synthétisé par Dubois, 2006: §27).

Il résulte de ces phénomènes qu'une représentation catégorielle des différents types d'odeurs est malaisée, et, par voie de conséquence, qu'une communication entre les sujets semble impossible. Nous nous trouvons en somme face à un domaine abstrait, dépourvu de caractéristiques propres susceptibles de déployer une catégorisation des percepts autonomes. Une question se pose alors:

**2.4.** Quelles stratégies permettent au sujet de qualifier ce domaine abstrait? L'odorat, nous l'avons vu, est un sens souvent associé au goût et rarement sollicité exclusivement pour lui-même, si ce n'est dans certains domaines

---

<sup>2</sup> Une flaveur est une "sensation provoquée conjointement par le goût et l'odeur d'un aliment" (*Petit Robert*).

<sup>3</sup> L'idéogramme est un "signe graphique minimal qui, dans certaines formes d'écriture, constitue un morphème, un mot ou une notion" (*Petit Robert*). La perception idéogrammatique est donc la perception d'une signification, sans analyse verbale.

<sup>4</sup> C'est-à-dire qu'il n'y a aucune association systématique entre une molécule et son effet sur le cerveau.

spécifiques, tels que celui de la parfumerie, de l'horticulture, ou celui de l'œnologie. Il est intéressant de se pencher sur ce dernier domaine, très développé dans notre culture en dépit des lacunes de la langue française en termes de taxonomie purement olfactive. La dégustation d'un vin et la description de ses arômes se déroule en plusieurs étapes associées à plusieurs sens (vue, odorat, goût), consistant à établir des analogies avec différents domaines sémantiques – et donc expérientiels.

Ces domaines sont loin d'être systématiquement concrets. Il sera intéressant dans la suite de ce travail de se pencher sur les stratégies de catégorisation – entre autres – olfactive adoptées par les connaisseurs, afin de dégager les différents procédés cognitifs mis en œuvre lors d'une dégustation de vin et de la qualification de sensations par nature imprécises.

### 3. Œnologie et catégorisation olfactive

**3.1.** De récentes études ont permis de montrer que la qualification des arômes, chez les experts mêmes, s'effectue en un système associatif dont l'étendue dépasse le domaine purement olfactif (Brochet & Dubourdiou, 2001: 191). Bien plus, œnologues et œnophiles associent à leurs sensations des descripteurs empruntés à divers domaines conceptuels, associant idées abstraites (style, grandeur, propreté, étrangeté) et impressions physiques (substance, volume, tanins), ainsi que valeurs hédoniques (plaisant, délicieux, élégant) – lesquelles, comme évoqué plus haut, représentent le premier critère de distinction – ou encore représentations visuelles ou en partie visuelles.

La vue, selon Brochet & Dubourdiou (2001), représenterait un sens crucial pour l'appréciation du vin: les auteurs notent, suite à l'analyse d'un corpus de critiques de vin emprunté à quatre œnologues différents, que le vocabulaire employé pour les vins rouges et pour les vins blancs diverge, les premiers étant qualifiés au travers d'objets de couleur sombre, tandis que les seconds sont associés à des objets clairs rappelant la couleur du vin. Les auteurs y voient l'expression de la nécessité pour le cerveau d'établir un lien étroit entre le monde perçu et le langage qui le décrit. *Wine flavor, which is a complex mixture, is then described using words characteristic of objects having the same color. Thus, color is the only common categorization among subjects* (Ibid.: 194).

Ceci conforterait l'idée que la vue est le sens dominant dans la perception humaine: seuls les vins blancs comportent des notes de miel ou de pain grillé, tandis qu'on ne reconnaît qu'aux vins rouges les touches de cassis ou de réglisse. Une expérience effectuée par ces mêmes auteurs confirme l'hypothèse: lorsqu'on fait déguster à des sujets un vin blanc coloré en rouge, ces derniers qualifient le vin en des termes réservés à la qualification des vins rouges (Morrot et al., 2001).

**3.2.** Les analyses présentées convergent vers une même conclusion: celle d'une organisation non pas analytique, mais prototypique de la catégorisation olfactive, au sens où l'entend Rosch (Dubois, 2006: §35; Candau, 2005: 31; Chrea et al., 2005). Les vins ne seraient pas classés comme appartenant ou n'appartenant pas à telle catégorie, mais en termes d'une proximité plus ou moins importante avec un "arôme" prototypique, prenant appui sur des données tant olfactives (miel) que visuelles (sombre, doré) ou gustatives (acide): *the description of a wine used by the professionals studied here is then a categorization, not of separate sensory properties, but of wines as an ensemble of sensations* (Brochet & Dubourdieu, 2001: 192). Ceci a pour effet de favoriser la variation d'un individu à l'autre, chacun développant son propre référentiel linguistique (Laska & Teubner, 1999): une étude a montré que les experts en œnologie ne sont pas en mesure d'identifier un vin à partir de la description verbale d'un collègue (Lawless, 1984).

**3.3.** Si l'on a identifié le mode de catégorisation olfactive, qui est donc de nature prototypique, l'on n'est guère plus avancé dans la compréhension de la qualification du vin dans toute sa complexité phénoménale: les sens se complètent les uns les autres pour cerner au mieux le produit abstrait de sensations confuses. La dégustation s'effectue ainsi en plusieurs étapes, permettant d'explorer les qualités visuelles en observant la robe, olfactives au nez et enfin gustatives en bouche. La dernière étape enfin somme l'ensemble des impressions récoltées au cours de la dégustation. Or, les procédés de qualification varient indépendamment du sens sollicité. Plusieurs cas de figure sont possibles: (i) soit l'arôme est directement qualifié (âcre, sucré, doux, fruité); (ii) soit il est rapporté par métaphore à un domaine concret, auquel cas le rapport entre le domaine cible qu'est l'arôme et le domaine d'emprunt reste asymétrique; (iii) soit une analogie est établie non pas entre une entité concrète et un arôme, mais soit entre l'arôme et un domaine abstrait tel que le comportement humain (caractère, intensité, élégance), soit entre l'effet de cette entité sur le sujet et celui de l'arôme perçu. L'on pourrait presque parler d'un second degré d'analogie. Y a-t-il une cohérence dans cette variété des emprunts lexicaux?

#### **4. Pour une sémantique œnologique**

**4.1.** Les exemples suivants seront tirés de deux sources différentes: d'une part, d'une fiche de dégustation proposée en ligne sur le site du vignoble de Bordeaux (Annexe 1), et d'autre part, d'un guide de dégustation proposé dans le dictionnaire des vins de Larousse (2012). Comme nous l'avons indiqué plus haut, la dégustation permet de qualifier différents aspects du vin, ce dont nous rendons brièvement compte par le tableau suivant:



Ligne (source)	Type d'appréciation	Caractéristique A qualifier	Domaines sémantiques	Termes consacrés
1 (B)	Visuelle	Fluidité	Liquide	Aqueuse / normale/grasse / sirupeuse
2 (V)	Olfactive	Personnalité aromatique	expression	Expressif, intense, puissant, généreux, exubérant / Peu expressif, pauvre, léger
3 (B)	Olfactive	Arômes	Domaines d'arômes	Animale, balsamique, boisé, empyreumatique, épicé, éthéré, floral, fruité, minéral, végétal
4 (V)	Gustative	Attaque	Présence	Franche, nette, précise / aromatique, ample / fuyante, aqueuse (p.133)
5 (V)	Gustative + tactile	Milieu de bouche		
6 (B)	Tactile	Alcool (moelleux)	applicatif	Léger / généreux / chaud
7 (B)	Gustative + tactile	Texture	Qualité de transition	Rude / fondue / ronde / onctueuse
8 (B)	Gustative	Tanins (astringence)	Dureté	Souples / enrobés / fermes / rudes
9 (B)	Gustative	Acidité	[Qualification directe]	Aucune / présente / dominante
10 (B)	Gustative	Sucre	[Qualification directe]	Sec / demi-sec / doux / liquoreux
11 (V)	Gustative	Persistance (caudalies)	[Qualification directe]	Courte / moyenne / longue / très longue voire : épanouie, en queue de paon
12 (B)	Générale	Evolution	Ouverture vs. fermeture	Fermé / jeune / épanoui / passé
13 (B)	Générale	Harmonie	[Qualification directe]	Déséquilibré / peu équilibré / équilibré / harmonieux
14 (V)	Générale	Equilibre	Résistance vs agression (tanins) / transition (acidité) / consistance (alcool)	

Tableau 1: échantillon de caractérisations du vin rouge, d'après la fiche de dégustation du vignoble de Bordeaux (notée B; Annexe 1) et le Petit Larousse des Vins (noté V).

L'on se limitera ici à présenter quelques continuums de prime abord déconcertants: un exemple d'analogie simple peut être donné à travers la qualification de l'attaque du vin (ligne 4 dans le tableau ci-dessus). Celle-ci peut être nette ou franche, ample ou fuyante. Quelle logique peut-on trouver à ce continuum dont les termes proviennent de domaines sémantiques disparates? Si l'on raisonne en termes de présence de la boisson en bouche, la cohérence est recouvrée: la franchise ou la netteté sont les qualités de ce qui est clairement délimité – et l'attaque nette sera une attaque au cours de laquelle les arômes du vin dégusté se transmettent directement. Ce ne sera pas le cas de l'attaque ample, qui laisse inférer une certaine étendue temporelle de l'attaque, où davantage d'arômes peuvent être transmis au dégustateur: la présence du vin est ici plus large, et donc plus riche. On aura à l'inverse une attaque fuyante, c'est-à-dire qui refuse sa présence à la bouche et ne communique ainsi aucun arôme particulier. L'on comprend ici l'analogie de l'attaque avec la fuite, qui est l'opposé de la présence. Si l'on se penche maintenant sur la caractérisation, plus concrète car davantage tactile, de la texture, il est encore fait appel à des termes d'origines diverses (voir ligne 7): l'opposé de rude n'est pas doux, mais onctueux, tandis que les états intermédiaires seront fondu ou rond. Si l'on raisonne en termes de continuum allant d'une matière présentant des aspérités à une matière d'un lisse et d'une souplesse absolus, l'on comprend que les termes intermédiaires captent le trait sémantique de la transition en douceur: fondu signifie "qui passe par des tons gradués", tandis qu'on sait que le rond désigne l'absence d'angles (et donc d'aspérités), la transition uniforme du cercle.

Venons-en aux qualifications par analogie avec des effets produits sur le sujet. En termes de présence d'alcool (ligne 6 dans le tableau ci-dessus), un vin sera qualifié de léger, ou à l'inverse, de chaud et non pas de lourd comme on aurait pu s'y attendre. C'est que la cohérence entre les qualificatifs, c'est-à-dire les termes du continuum qu'ils caractérisent, est due au fait que ces derniers sont exprimés par un seul trait sémantique commun aux lexèmes: ce qui est léger est peu chargé; son contraire est très chargé, ce qui augmente l'effet sur le sujet<sup>5</sup>. L'on fait alors appel à un domaine sémantique apte à qualifier cet effet marqué, choix qui sera guidé par l'impression de chaleur dégagée par l'alcool – pourtant, l'opposé œnologique de chaud n'est pas froid... De même, en ce qui concerne son évolution (voir ligne 12), l'on dira du vin qu'il est fermé, jeune, épanoui ou encore passé. Les termes peuvent à la rigueur se correspondre deux à deux: fermé et épanoui, jeune et passé. La cohérence générale apparaît dès lors que l'on cherche le dénominateur commun, qui en l'occurrence est celui de la communication des arômes: la fermeture désigne l'absence de communication,

---

<sup>5</sup> L'on pourrait raisonner ici en termes d'applicatif.

tandis que l'épanouissement se définit comme une éclosion, une ouverture, dont le paroxysme est le caractère passé, c'est-à-dire, qui a perdu les qualités de sa maturité. Ici, les qualificatifs semblent suffisamment abstraits pour justifier le phénomène de redistribution sémantique. L'on ne se trouve donc pas ici dans le cas d'un domaine source concret qui confèrerait au second domaine ses caractéristiques structurantes. Bien au contraire: les domaines sources sont multiples, mais pas systématiquement concrets, et la cohérence structurelle n'est à chercher ni dans les sources ni dans le domaine cible par elles qualifié. C'est seulement à travers l'expérience et les divers continuums de sensations que la structure conceptuelle du vin acquiert une cohérence qui lui est propre. C'est cette cohérence qui justifie la redistribution sémantique des termes empruntés à différents domaines selon les divers procédés évoqués. Notons également que le passage d'un domaine sémantique à l'autre peut également être motivé par la volonté de n'employer que des termes positifs afin de mieux séduire le potentiel consommateur et acheteur !

**4.2.** C'est donc bien dans l'expérience et non dans le langage que se situe la cohérence sous-jacente à la qualification du vin. En cela, le domaine olfactif n'est pas purement abstrait, mais caractérisé par des traits confusément perçus (ou moins confusément, dans le cas des œnologues spécialistes !) échelonnés en continuums. La perception justifie le choix d'un trait sémantique, lequel joue le rôle de critère de sélection des termes à emprunter aux divers domaines. C'est ainsi qu'un même terme pourra se retrouver au sein de continuums différents. Est rude, un vin dont les tanins ne sont pas souples, ou dont la texture n'est pas onctueuse, ou encore un vin dont l'équilibre est dominé par les tanins, mais qui sera à mi-chemin entre le vin charpenté et le vin âpre. Trois champs sémantiques sont invoqués ici, respectivement celui de la dureté, de la qualité de transition et de l'opposition résistance / agression. Il en est de même pour l'adjectif fondu, qui emprunte à la qualité de transition dans le cas de la texture, ou à la consistance lorsqu'il s'agit de l'équilibre.

**4.3.** Quelles stratégies gouvernent ces emprunts à divers champs sémantiques et à divers champs expérientiels? L'on peut en distinguer trois, qui semble-t-il permettent de rendre compte de la complexité sémantique de la qualification du vin. (i) La première stratégie consiste à qualifier directement les sensations, soit par des termes proprement olfactifs voire gustatifs (acide, normal, âpre), soit par des termes techniques (tannique, astringent). (ii) L'on pourrait penser que seule la stratégie canonique de qualification de domaines abstraits, c'est-à-dire la métaphore, est ensuite à l'œuvre. Or, celle-ci n'est qu'une des stratégies possibles, qui consiste à extraire une propriété de son domaine d'origine sans maintenir d'autre correspondance avec lui. Dans le cas de l'œnologie, la métaphore permet surtout de faire appel à des propriétés appliquées

à des domaines concrets (fermé, jeune, épanoui, passé), dans le but de suggérer la direction que prend une sensation, “de traiter les sensations comme des devenirs de l’expérience du buveur, plutôt que d’en faire des constats catégoriels” (Cadiot, 2010: 49). Ainsi, un vin jeune est un vin dont on peut attendre une nette amélioration dans le temps. (iii) Une troisième stratégie est le procédé analogique, qui sert de fondement à la métaphore. Dans ce dernier cas, de loin le plus intéressant, les deux domaines ont leur importance. Nous reprenons la définition proposée par Vernant (2005: 119):

L’analogie langagière porte sur des éléments et des rapports de nature hétérogène et instaure non une relation d’équivalence entre deux rapports, mais simplement une similitude. (...) Nous pourrions représenter le procès analogique ainsi:

$$\frac{A}{B} \approx \frac{C}{D}$$

Ainsi, l’analogie en œnologie fait entrer en jeu quatre éléments: l’entité (x) a – entre autres – la propriété (y) que rappelle la propriété (z) du vin qu’est l’entité (w). L’on peut alors reprendre l’équation d’équivalence:

$$\frac{Y}{X} \approx \frac{Z}{W}$$

La propriété (z) est dépourvue d’un terme qui lui serait exclusivement réservé, car nous l’avons vu, l’olfaction et le goût sont difficiles à caractériser. C’est donc par métaphore ou simplement par analogie que se déploie le lexique œnologique. Deux cas de figure se présentent alors: soit l’analogie est complète, au sens où elle souligne une similitude complète entre (y) et (z) et garde présente dans la comparaison l’entité d’origine (x), dont elle privilégie un trait sémantique particulièrement pertinent et plus significatif que le domaine d’origine lui-même. On parlera d’**analogie directe**: la saveur est pâteuse car elle a la propriété de ce qui est pâteux; un alignement implicite est alors effectué entre (x) et (w), soit en l’occurrence entre la pâte et le vin, qui ont une propriété analogue. Dans ce cas de figure, l’analogie ne sélectionne qu’un trait parmi l’ensemble des traits sémantiques caractéristiques d’un lexème. Ainsi, dire que les tanins sont souples revient à extraire totalement l’adjectif de son domaine d’origine pour n’en garder, en contexte œnologique, que ce qui permet de le définir – sa souplesse, sa faible résistance à la pression – sans que soit impliqué de parallèle entre le vin et le tissu. L’on notera que c’est en vertu de cette stratégie que sont fréquemment

invoqués des traits de caractère humains (voir notamment le tableau ligne 2). L'évocation du caractère permet en effet d'exprimer à la fois une caractéristique propre à l'entité qualifiée (en l'occurrence, le vin), et son effet sur le sujet (l'œnologue), ce qui est appréciable dans le cas de la dégustation où, comme nous l'avons dit, il est difficile de partager sur les qualités objectives. Les impressions du dégustateur entrent ainsi en ligne de compte dans la qualification du vin.

Dans un second cas de figure, un niveau supplémentaire est ajouté aux termes de l'analogie, que l'on qualifiera d'**analogie indirecte** (ou de second ordre), car en plus des propriétés objectives des entités, elle tient compte des effets subjectifs sur le sujet. Deux entités peuvent ainsi s'ajouter à l'équation, qui devient la suivante:

$$\frac{S}{Y} \approx \frac{T}{Z}$$

$$\frac{\quad}{(x)} \approx \frac{\quad}{(w)}$$

L'entité (x) a la propriété (y) qui produit sur le sujet une sensation (s), similaire (analogue voire identique) à la sensation (t) produite par la propriété (z) du vin (w). Ici, le parallèle entre le vin (w) et l'entité (x) porteuse de la caractéristique pertinente (y) n'importe plus. Ce qui importe en revanche, c'est l'équivalence entre (s) et (t) – dont on peut supposer qu'elles sont une seule et même impression – qui justifie le rapprochement entre (y) et (z). Ainsi, un vin (w) sera qualifié de rude (z) car l'effet produit sur le sujet (t) est analogue à l'effet produit par d'autres entités sur le sujet (s) et qualifié par ce terme, sans égard aucun pour la nature de ladite entité (x).

## 5. Conclusion

Nous l'avons vu, un domaine difficile à qualifier en raison de son caractère en partie abstrait n'est pas systématiquement qualifié en termes d'un domaine concret. Dans le cas de l'œnologie, les arômes mêlant le goût et l'odorat sont qualifiés au moyen d'emprunts à plusieurs domaines non nécessairement concrets, et selon des procédés pouvant diverger au sein d'un même continuum. La raison principale en est que le procès d'analogie ne s'appuie pas seulement sur des similitudes entre des caractéristiques objectives, mais également sur des similitudes entre des sensations subjectives.

La subjectivité entre ainsi dans la qualification du vin, qui vise pourtant à atteindre une certaine objectivité en vue du partage des expériences entre dégustateurs. Il en résulte une redistribution des termes en fonction d'un seul de

leurs nombreux traits sémantiques, ce qui explique et éclaire le phénomène des emprunts à des domaines variés pour la qualification d'un continuum donné. L'apparente incohérence lexicale s'appuie donc sur la cohérence initiale de l'expérience, qui, grâce à une série de procès analogiques bénéficie d'une expression verbale, bien que cette dernière ne rende pas totalement compte de la richesse de la perception olfactive (Candau, 2005: 34).

### **Bibliographie**

- Brochet, F. & Dubourdiou, D. (2001) "Wine descriptive language supports cognitive specificity of chemical senses", *Brain and language*, 77: 187-196.
- Cadiot, P. (2010) *Le vin en paroles: esquisses œnophiles*. Perros-Guirec: Anagrammes.
- Candau, J. (2005) "Vin, arômes, couleurs et descripteurs sensoriels. Quel partage de la dégustation?": *Le corps, le vin et l'image, MEI*, 23: 23-38.
- Chrea, C., Valentin, D., Sulmont-Rosse, C., Hoang Nguyen, D. & Abdi, H. (2005) "Odeurs et catégorisation: notre représentation mentale des odeurs est-elle universelle ou dépendante de notre culture?". *Actes de la 3ème Journée du Sensolier*.
- Dubois, D. (2006) "Des catégories d'odorants à la sémantique des odeurs: une approche cognitive de l'olfaction" *Odeurs, revue Terrain*, 47: 89-106.
- Fauconnier, G. (1997) *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gentner, D., Bowdle, B., Wolff, P., & Boronat, C. (2001) "Metaphor is like analogy". In: Gentner, D., Holyoak, K.J., & Kokinov, B.N. (eds.), *The Analogical Mind: Perspectives from Cognitive Science* Cambridge MA, MIT Press: 199-253.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1999) *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought*. New York: Basic Books.
- Laska, M. & Teubner, P. (1999, "Olfactory discrimination ability for homologous series of aliphatic alcohols and aldehydes" . *Chemical senses*, 24: 263-270.
- Lawless, H. (1984) "descriptive analysis of complex odors: reality, model or illusion?". *Food quality and preference*, 10: 325-332.
- Morrot, G., Brochet, F. & Dubourdiou, D. (2001) "The color of odors" *Brain and language*, 79: 309-320.
- Normand, S. (2002) *Les mots de la dégustation du champagne: Analyse sémantique d'un discours professionnel*. Paris: CNRS Editions.

- Sicard, G. & Holley, A. (1984) "Receptor cell responses to odorants; similarities and differences among odorants". *Brain Research*, 292: 283-296.
- Small, D., Jones-Gotman, M., Zatorre, R., Petrides, M. & Evans, A. (1997) "Flavor processing: more than the sum of its parts". *NeuroReport*, 8: 3913-3917.
- Vernant, D. (2005) "métaphores, analogies & iconicité". *La pensée plastique. Revue francophone d'esthétique*, 3: 117-137.

COLIN Camille  
Doctorante  
CNRS Lattice UMR 8094  
Sorbonne Nouvelle Paris III  
<camille.colin.hebbinckuys@gmail.com>

## Annexe: fiche dégustation Bordeaux



www.vignobledordeaux.fr

### Fiche de dégustation

Vins blancs et rouges



<b>Nom</b>	<b>Millésime</b>
<b>Appellation</b>	<b>Producteur</b>
<b>Région, pays</b>	<b>Prix</b>

**Carafage**  Oui Mis en carafe 0 1/2h 1h 2h 3h 4h 6h .....  
 Non Bouteille ouverte 0 1/2h 1h 2h 3h 4h 6h .....

#### Appréciation visuelle

**Intensité de couleur**  
 Faible ———— Moyenne ———— Très intense

**Robe vin blanc**  
 Verdâtre ———— Jaune ———— Doré ———— Ambré

**Fluidité, viscosité**  
 Aqueuse ———— Normale ———— Grasse ———— Sirupeuse

**Robe vin rouge**  
 Pourpre ———— Rubis ———— Grenat ———— Tuilé ———— Orangé

Commentaire :

#### Appréciation olfactive

**Intensité des arômes**  
 Faible ———— Moyenne ———— Très intense

**Complexité**  
 Simple ———— Complexe

**Arôme dominant**  
 Animale ———— Balsamique ———— Boisée ———— Épicée  
 Florales ———— Fruitée ———— Minérale ———— Végétale  
 Éthérée ———— Emphyreumatiques

Commentaire :

#### Appréciation olfactive

**Intensité des arômes**  
 Faible ———— Moyenne ———— Très intense

**Complexité**  
 Simple ———— Complexe

**Arôme dominant**  
 Animale ———— Balsamique ———— Boisée ———— Épicée  
 Florales ———— Fruitée ———— Minérale ———— Végétale  
 Éthérée ———— Emphyreumatiques

Commentaire :

#### Appréciation gustative

**Acidité**  
 Aucune ———— Présente ———— Dominante

**Sucre**  
 Sec ———— Demi sec ———— Doux ———— Liqueureux

**Tanins**  
 Souples ———— Enrobés ———— Fermes ———— Rudes

**Alcool**  
 Léger ———— Généreux ———— Chaud

**Texture**  
 Rude ———— Fondue ———— Ronde ———— Onctueuse

**Persistance (caudalies)**  
 Courte ———— Moyenne ———— Longue ———— Très longue

**Flaveurs dominante**  
 Animale ———— Balsamique ———— Boisée ———— Épicée  
 Florales ———— Fruitée ———— Minérale ———— Végétale  
 Éthérée ———— Emphyreumatiques

Commentaire :

#### Appréciation d'ensemble

**Harmonie**  
 Déséquilibré ———— Peu équilibré ———— Équilibré ———— Harmonieux

**Évolution**  
 Fermé ———— Jeune ———— Epanoui ———— Passé

Commentaire :

#### Accompagnement culinaire

Plat d'accompagnement :