

La terminologie du vin au prisme des corpus oraux de dégustation/présentation (français-allemand) : entre émotions, culture et sensorialité

Laurent Gautier, Matthieu Bach

► To cite this version:

Laurent Gautier, Matthieu Bach. La terminologie du vin au prisme des corpus oraux de dégustation/présentation (français-allemand) : entre émotions, culture et sensorialité. *Études de linguistique appliquée: revue de didactologie des langues-cultures*, Klincksieck (Didier Erudition jusqu'en 2003), 2017, pp.485-509. halshs-01839256

HAL Id: halshs-01839256

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01839256>

Submitted on 14 Jul 2018

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.

LA TERMINOLOGIE DU VIN AU PRISME DES CORPUS ORAUX DE DEGUSTATION/PRESENTATION (FRANÇAIS-ALLEMAND) : ENTRE EMOTIONS, CULTURE ET SENSORIALITE

Résumé : Cet article vise à interroger et illustrer les apports de larges corpus oraux authentiques pour l'étude de la terminologie d'un domaine « flou », celui de l'œnologie, dans une approche contrastive français-allemand. D'un point de vue théorique, il s'agit tout d'abord de s'arrêter sur la nécessaire redéfinition de plusieurs principes de la terminologie traditionnelle en interrogeant le rôle de l'usage des termes, leur construction prototypique et leurs dimensions extra-techniques. D'un point de vue pratique, on discute ensuite, à partir du cas spécifique des données mobilisées, les contraintes pesant sur la collecte d'un corpus approprié. La dernière partie propose trois études de cas illustrant le fonctionnement de cette terminologie dans le corpus en question.

When you were a little kid, did anyone hat to teach you to taste your milk? Did you have someone read you glowing reviews of the chocolate milk in your sippy cup? [...] If something tastes good, you know it. And when you smell or taste something stinky, do you know it's stinky or does someone have to tell you it's stinky? So why do we need wine experts (and I am one of those) to teach, tell and advise us on what wine tastes like?

Marlene Rossmann, in *Huffingtonpost* (15/09/2008)¹

INTRODUCTION

La présente contribution s'inscrit dans un contexte de recherche régional particulièrement propice à illustrer les apports de la linguistique appliquée, instanciée ici à travers les recherches sur les discours spécialisés en général et la terminologie en particulier, à des problématiques sociétales et socio-économiques, et mettant en œuvre l'analyse de jeux de données discursives plus ou moins larges. (486)

Si historiquement la Bourgogne géographique et physique est facilement associée à la problématique viti-vinicole, des événements récents – l'inscription des Climats de Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2015 ou encore le choix en 2013 de la ville de Dijon pour intégrer le réseau des futures cités de la gastronomie – ont renforcé la prise de conscience des besoins en travaux de recherche interdisciplinaires à même d'accompagner les initiatives politiques, économiques ou culturelles associées à de telles reconnaissances.

¹ https://www.huffingtonpost.com/marlene-rossman/winespeak-and-other-obsce_b_118508.html, consulté le 14.04.2018.

C'est dans ce contexte que l'Université de Bourgogne a non seulement choisi de retenir une thématique « Vigne et vin » parmi ses six domaines de recherche, mais aussi de créer – avec les organismes de recherche concernés et les représentants de la filière – un Groupement d'Intérêt Public baptisé *Bourgogne Vigne et Vin* en charge de fédérer et structurer les activités de recherche sur ce créneau et intégrant, dès le départ, les sciences humaines et sociales dont relèvent les sciences du langage. C'est en particulier la Maison des Sciences de l'Homme de Dijon (USR 3516 uB – CNRS) qui joue le rôle moteur dans ce développement, essentiellement à travers ses plateformes technologiques qui lui ont permis, au fil du temps, de traiter une quantité non négligeable de données textuelles, iconographiques ou encore spatiales en lien avec cette thématique, initialement à des fins documentaires et aujourd'hui de plus en plus valorisées aussi auprès du grand public et de la filière.

Les réflexions qui vont suivre sur la dimension tant émotionnelle que culturelle de la terminologie et, plus largement, des discours sensoriels s'inscrivent dans ce cadre. En effet, la MSH et ses plateformes ont, depuis bientôt une décennie, hébergé plusieurs projets mettant en jeu l'analyse linguistique, et en particulier sémantique, pour répondre, en dialogue avec d'autres disciplines (chimie, analyse sensorielle, psychologie cognitive) à des problématiques professionnelles. Désormais regroupés sous le nom de projet *Words4Wine*, ces travaux ont ainsi permis de s'intéresser au lexique utilisé par les experts et consommateurs pour caractériser la gamme des vins de Bourgogne (projet OenoLex Bourgogne, cf. Leroyer, 2013a & 2013b ; Gautier / Hohota, 2014 ; Leroyer / Gautier, 2015 ; Leroyer, 2015 ; Leroyer / Gautier, 2018), d'interroger la construction sensorielle, sémantique et discursive du descripteur minéralité (cf. Deneulin *et al.*, 2014 ; Gautier *et al.*, 2015a & 2015b ; Gautier *et al.*, 2018a & 2018b) ou encore de cartographier les représentations sémantiques du Crémant de Bourgogne chez les consommateurs (Mancebo-Humbert *et al.*, 2018a & 2018b). Si ces travaux portaient uniquement sur le français, dans une perspective monolingue, Bach (2017) a introduit la dimension contrastive, poursuivie depuis aussi par une étude exploratoire sur les effervescents brésiliens (*espumantes*), permettant d'inscrire au programme de recherche de nouvelles problématiques touchant à l'ancrage culturel de ces descripteurs, avec les répercussions afférentes en termes de commercialisation et de marketing.

C'est précisément dans ce sillage que s'inscrit cet article qui vise un double objectif. D'un point de vue méthodologique, il s'agira de démontrer le rôle des corpus pour toute linguistique située (Condamines / Narcy-Combes, 2015) : si ce dernier n'est bien sûr pas une nouveauté en soi, l'attention sera portée ici sur les corpus oraux plurilingues comparables qui, en grande partie parce (487) que plus difficiles à produire, sont rarement convoqués dans une perspective

terminologique.² D'un point de vue théorique, l'objectif sera par ailleurs d'interroger les modèles sémantiques susceptibles de rendre compte au mieux du sens des descripteurs sensoriels œnologiques pour inclure, par-delà le sens strictement technique, les dimensions émotionnelles et culturelles.

Pour ce faire, la section 1 discutera les enjeux terminologiques de cette problématique. S'en suivra une présentation du corpus, tant dans sa conception que dans sa collecte et son traitement (section 2), avant d'esquisser, à partir de quelques études de cas, une proposition de saisie de la double dimension non-technique évoquée ci-dessus (section 3).

1. LES ENJEUX DE LA TERMINOLOGIE SENSORIELLE

La terminologie, constituée en discipline linguistique aujourd'hui largement reconnue, a toujours oscillé entre les besoins éminemment pratiques auxquels elle doit répondre en matière de rédaction technique ou de traduction spécialisée – et dont les dimensions normatives et prescriptives ne peuvent être ignorées – et les grands changements de paradigme qu'ont connus les sciences du langage dans la mesure où, au-delà du concept, ce sont bien des mots qui sont son objet et que ces unités linguistiques s'approchent à l'heure actuelle essentiellement – pour ne pas dire exclusivement – en usage, entre autres à partir de (larges) corpus.

Si la terminologie s'est constituée, autour de la figure tutélaire de Wüster (1931), à partir des sciences de l'ingénieur et de ses besoins en matière de dénomination de concepts largement objectifs et objectivables (*cf. infra*), travailler sur des objets plus instables – que ce soit des concepts juridiques (Briu, 2011 ; Chérot, 2013), des domaines émergents (à l'instar des nombreux travaux sur l'environnement et la gestion du risque du groupe de recherche espagnol *LexiCon* : López Rodríguez *et al.*, 2013 ; Faber / Buendía Castro, 2014 ; San Martín *et al.*, 2017) ou des objets linguistiques relevant du sensible comme l'agro-alimentaire ou la cosmétique – nécessite de revenir sur un certain nombre de principes et de méthodologies, non pour les rejeter purement et simplement, mais pour permettre à la discipline elle-même de continuer à se développer et à jouer son rôle dans des domaines aux contours plus flous que la machine-outil. Il s'agit donc de discuter ici trois traits que nous postulons comme fondamentaux pour aborder la terminologie de la dégustation de vin et dont nous pensons qu'ils sont transférables à toute terminologie sensorielle pour tenir compte des dimensions émotionnelles et culturelles au cœur de cette étude.

1.1 La terminologie sensorielle se construit dans l'usage

² Ils le sont bien sûr, et depuis longtemps, dans des perspectives liées à l'analyse conversationnelle comme le montraient déjà les études réunies dans le volume devenu classique de Bowles / Seedhouse (2009).

Les discours produits en situation de dégustation de vin – et intégrés ici à la catégorie plus large des discours sensoriels – actualisent deux composantes (488) fondamentales sans lesquelles on ne peut penser la terminologie : la dimension expérientielle due, entre autres, à la présence d'un stimulus, et la dimension sensible qui découle pour ainsi dire de la nature même de ce stimulus. D'où un impératif méthodologique d'étudier la terminologie sensorielle en usage, à partir de contextes situés dont toutes les composantes – ou presque – devront être connues du linguiste et, selon les objectifs, pris en compte.

L'expérience³, tout d'abord, s'inscrit dans le contexte ambiant dans lequel le discours est produit : le café bu sur une terrasse, le steak mangé dans un restaurant ou le vin dégusté dans la cave avec le vigneron. Pour le domaine au cœur de cette contribution, cela revient à ne pas considérer toute occurrence d'un descripteur donné comme étant égale par ailleurs : la constitution du corpus *OenoLex Bourgogne* a ainsi montré l'importance de ces situations en révélant les emplois différents de la terminologie entre, à un premier niveau, les dégustations à visée didactique enregistrées lors de séance d'initiation à la dégustation et celles saisies lors de séances à visée plus commerciale – ces dernières se différenciant, à un second niveau de granularité, entre la dégustation-découverte dans un caveau, en présence du vigneron, et la dégustation- marketing sur un salon ou une foire animée par un revendeur (Gautier / Hohota, 2014). Le corpus présenté en détail en section 2 tient lui-aussi compte de ce premier paramètre en contrastant les vigneron et les cavistes⁴. Ce faisant, notre perspective peut, sur certains aspects, être rapprochée de l'approche expérientielle du discours de Auchlin dont nous partageons la position sur les rapports entre texte, discours et expérience⁵ :

Une conséquence de cette dernière posture d'observation est qu'il faut reconnaître et intégrer que ce que l'on entend habituellement par « texte » ou « discours » est beaucoup plus que la trame linguistique qui subsiste sur les pages (ou la piste magnétique), c'est le résultat expérientiel complexe d'un ou plusieurs parcours ou

³ La notion d'expérience est employée ici au sens des théories de marketing expérientiel : le produit n'est plus considéré isolément mais comme faisant partie d'un tout, que l'on qualifie d'expérience, définie comme l'amplification de l'apport du produit à travers une accumulation d'interactions physiques et cognitives (Atwal / Williams, 2017 : 48-49). L'expérience est dès lors entendue comme étant un fait extra-linguistique résultant de variables contextuelles multiples ayant un impact cognitif sur la production langagière du locuteur.

⁴ Cette énumération ne prétend nullement à l'exhaustivité, elle se veut juste illustrative. Il faudrait en effet évoquer aussi les dégustations, importantes pour la filière, produites lors des concours et qui sont au centre de la thèse de Baldy-Moulinier (2003).

⁵ Nous remercions ici les relecteurs anonymes de cet article pour nous avoir suggéré, entre autres, cette piste qui sera approfondie dans des travaux ultérieurs.

occurrences de cette trame. Il n'y a pas de discours sans une expérience subjective particulière et originale, qui est déclenchée, contrainte et alimentée – médiatisée – par un « protocole linguistique pour de virtuelles expériences subjectives ». (Auchlin, 1996 : 335)

Le contexte inclut donc de manière fondamentale la figure du locuteur dans son double rôle de siège de l'expérience de dégustation et d'utilisateur de descripteurs pour verbaliser ses impressions. Cette dépendance des descripteurs vis-à-vis du locuteur, de son expérience concrète et de la façon dont il va relier celle-ci aux catégories qui lui sont familières interdit en quelque sorte toute conception strictement objectiviste des termes concernés. Il est ainsi intéressant de remarquer qu'une définition non-technique et sans prétention (489) linguistique comme celle de l'encyclopédie en ligne *Wikipedia* ne peut passer cet aspect sous-silence :

The use of wine tasting descriptors allows the taster to qualitatively relate the aromas and flavors that the taster experiences and can be used in assessing the overall quality of wine. Wine writers, like Karen MacNeil, author of *The Wine Bible*, differentiate wine tasters from casual enthusiasts; **tasters attempt to give an objective description** of the wine's taste (often taking a systematic approach to tasting), **casual enthusiasts appreciate wine but pause their examination sooner than tasters**. The primary source of a person's ability to taste wine is derived from his or her olfactory senses. A taster's **own personal experiences play a significant role in conceptualizing** what he or she is tasting and **attaching a description to that perception. The individual nature of tasting means that descriptors may be perceived differently among various tasters**. (https://en.wikipedia.org/wiki/Wine_tasting_descriptors, 10.04.2018, souligné par nous)

Cette définition, dont on pourrait dire qu'elle relève d'une vue naïve du fonctionnement linguistique (au sens de la *folk linguistics*, cf. Wilton / Stegu, 2011), a le mérite de thématiser tous les enjeux de la terminologie sensorielle quand elle est abordée sur un mode objectiviste : la différence dans les degrés d'expertise entre dégustateurs professionnels et simples « amateurs », la volonté de mesurabilité des traits concernés dont la somme permettrait de qualifier globalement un vin et, surtout, la variabilité intrinsèque de l'intension⁶ de ces termes d'un individu à l'autre en fonction de ses expériences.

⁶ Au sens de la psychologie cognitive, cf. Gaillard / Urdapilletta (2013 : 11) : « L'intension de la catégorie, c'est-à-dire la liste des propriétés communes aux

Ce qui est remis en cause, c'est le paradigme objectiviste appliqué à l'entité vin avec sinon un échec total, à tout le moins une nécessaire et importante relativisation de ses différentes composantes⁷ :

1) Description des propriétés inhérentes du référent. Le vin à déguster (= le liquide présent dans la bouteille) peut bien sûr être décrit à travers un jeu, réduit, de traits définitoires objectivables : cépage, millésime, mode de vinification, propriétés physico-chimiques, etc. Néanmoins, ces traits ne caractérisent ni ne décrivent le ressenti de l'expérience de dégustation (= le vin mis en bouche) dans toutes ses dimensions (visuelle, olfactive et gustative), qui reste personnel, subjectif, et donc largement instable. C'est précisément ce qui va distinguer l'expert, pour qui ces traits peuvent être objectivables en tant que résultat d'un entraînement et d'un découpage du continuum des sensations acquis par répétition⁸ – ainsi qu'en atteste, y compris graphiquement, la célèbre roue des arômes pour le vin – du consommateur avec ses degrés de connaissance divers, même si, pour le dire avec Morange (2009 : 153), (490) il s'agit « d'une dimension problématique [...] non réductible à une simple opposition expert-non expert »⁹.

2) Processus d'abstraction modélisant ces propriétés en traits définitoires du concept correspondant. Dans le cadre d'une terminologie classique, ce processus d'abstraction est tout à fait défendable, il semble même naturel, ainsi dans le domaine des transports les définitions techniques du pneumatique et de la jante discutées par Parizot (2013 : 80) :

(1) Pneu (apocope de pneumatique) : bandage déformable et élastique fixé à la jante protégeant la chambre à air. Synonyme enveloppe.

(2) Jante : partie métallique et cylindrique en alliage ou acier supportant le pneu (l'enveloppe) de la roue fixée au moyeu, assure le centrage.

exemplaires d'une même catégorie (par exemple, léger, sucré, juteux pour les exemplaires de la catégorie des fruits). »

⁷ Il n'est pas dans les objectifs de cet article de dérouler tout le débat entre sémantique objectiviste et constructiviste. Le lecteur intéressé pourra se reporter à Lakoff (1987) ainsi qu'à la synthèse présentée en français par Kleiber (1997).

⁸ Sur ce point, cf. Morange (2009 : 146) : « Elle [= la cognition située] nous engage à considérer l'expert comme détenteur de connaissances et de lexiques spécifiques, voire de capacités de performances propres à ces connaissances. »

⁹ Sur cette problématique, cf. aussi Chollet / Valentin (2000) ou encore Valentin *et al.* (2003).

où les critères définitoires spécifiant la matière et la forme de la jante – qui sert elle-même de support au pneumatique¹⁰ – sont la traduction linguistique de catégories objectives. Il n'en va cependant pas de même pour les descripteurs sensoriels dont les traits définitoires sont tributaires d'une négociation¹¹ interlocutive ainsi qu'en attestent, en usage, de nombreux marqueurs méta-énonciatifs¹² portant sur l'emploi du descripteur lui-même et la possibilité même de sa définition comme en (3) et (4) :

(3) La minéralité, d'abord et avant de me lancer dans ce débat, je tiens à signaler que sur le forum 'lpv' **le débat fait rage** et il est de grande qualité pour qui a le temps de lire des centaines de pages traitant du sujet. Plutôt donc que de reprendre **les choses savantes** que l'on peut lire là dessus je vais faire part de **ma vision plus empirique**. Il est évident que **ce terme 'large'** ne permet pas de **se faire une idée très claire de ce qu'il peut caractériser**. Je pense qu'il y a **mille façons de le décrire** et je vais donner **la mienne, une sensation**. (cité par Gautier *et al.* 2015b, 152)

(4) In den letzten Beiträgen zum Thema Terroir haben wir uns mit der Entstehung von Gesteinen und Böden beschäftigt. Nun geht es um die Frage, inwieweit sich der Boden im Wein bemerkbar machen kann und was Mineralität **bedeuten könnte**. **Es kann nicht schaden, wenn man sich Klarheit verschafft, worüber man reden will**. Also beginnen wir mit **einer trockenen Definition**: Mineralstoffe sind lebensnotwendige anorganische Nährstoffe, welche der Organismus, in unserem Fall die Rebe, nicht selbst herstellen kann. Sie müssen über die Wurzeln zugeführt werden. Sie kommen natürlich im Boden vor oder werden in Form von Dünger ausgebracht. Die **im Alltag im gleichen Kontext gelegentlich verwendete Bezeichnung Minerale ist insofern nicht richtig**, als es sich dabei um chemische Elemente oder um genau definierte chemische Verbindungen handelt, etwa um Siliziumdioxid in kristalliner Struktur, den Quarz. Wie passt **der so unglaublich beliebte Terminus der Mineralität zu dieser Definition?** Wird er **ausreichend präzise** in den Weinbeschreibungen eingesetzt? (http://www.vinaria.at/News_Detail.aspx?id=182, 11.04.2018, souligné par nous)

¹⁰ Sur la terminologie du pneumatique depuis la perspective du fabricant, cf. Parizot (2014).

¹¹ Cf. Mondada (1997).

¹² Sur cette problématique, cf. Maxim (2009).

3) Saisie de ces traits dans *la* définition terminologique, reflet du consensus entre experts assurant le lien entre le terme-signe et le concept qu'il (491) dénomme¹³. Nonobstant son rôle de garant de la bonne compréhension entre experts, la définition doit par ailleurs, en contexte multilingue, permettre de vérifier le degré de recouvrement conceptuel entre les termes. Compte tenu du mode de conceptualisation expérientielle et largement subjective décrit ci-dessus, on ne peut pas être surpris par les trois définitions de *minéralité* ci-dessous issues de glossaires spécialisés et qui, indépendamment de la langue, suivent la même voie : thématisation de l'incertitude et du caractère de référent discursif 'polémique' du descripteur dans la sphère considérée, 'définition' à tâtons sur le mode de l'analogie et glissement rapide vers la dimension émotionnelle :

(5a) –Minerality tends to refer to notions that **cannot easily be described** in terms of fruit or spice. For some, minerality comes across as a smoky, struck-match note. For others, it's **akin** to petrichor, the smell of rain on earth or stone. **Mineral became fashionable as a descriptor, and is now almost meaningless due to overuse.** [...] If you come across this word, it almost always refers to subtle, stony flavors, mostly in acidic whites. The term is **always positive** and suggests complexity. (<https://www.winemag.com/gallery/wine-tasting-terms-and-what-they-really-mean/#gallery-carousel-12>, 10/04/2018, souligné par nous)

(5b) La minéralité, vaste thématique qui apparaît régulièrement dans les perceptions des dégustateurs et des commentateurs, **sans pour autant qu'on puisse donner un contenu très explicite** à ce que le mot recouvre, tout juste le plus souvent **un descriptif de sensations** dans la structure ou la texture du vin. Mais on s'accorde généralement à rattacher cette perception à une expression du **terroir**.

(<http://www.lerougeetleblanc.com/pages/articles.php?id=3>, 10/04/2018, souligné par nous)

(5c) Bezeichnung (auch Mineralität oder Mineralik) für den Geruch und Geschmack eines Weines im Rahmen einer Weinansprache. Der Begriff wird jedoch **heiß diskutiert** und ist auch unter professionellen Weinkritikern **nicht unumstritten**, denn Minerale besitzen alleine für sich keinen Geschmack, sondern allenfalls in ihnen eingeschlossene Substanzen.

¹³ Pour une critique fouillée de ces postulats de la terminologie classique, cf. Petit (2018).

Nicht so wenige Fachleute meinen, dass der Begriff **überstrapaziert** und für **unterschiedliche sensorische Wahrnehmungen** verwendet wird. Er vermittelt jedenfalls einen sehr positiven Eindruck und assoziiert bei vielen Konsumenten (ob zu recht oder zu unrecht bleibt dahingestellt) eine **höhere bzw. bessere Qualität**. (<https://glossar.wein-plus.eu/mineralisch>, 10/04/2018, souligné par nous)

Une sémantique constructiviste permet dès lors de démontrer que la terminologisation porte essentiellement sur le sens, et non sur la forme et, surtout, inclut le locuteur dans son triple rôle de sujet-pensant, sujet-parlant et, ici, sujet faisant-l'expérience-de-dégustation. Les glossaires œnologiques en ligne ne s'y trompent pas – en dehors de tout intérêt et toute considération linguistique – quand ils laissent entendre aux utilisateurs que le sens de ces mots ordinaires devenus termes dans le domaine ne peut être décrit une fois pour toutes :

Words have meaning, but their definitions can be elastic, especially when it comes to wine terms and tasting notes. Certain terms crop up frequently to describe the flavor, aroma and texture of wine. **Slightly removed from their literal meaning, these words and descriptions often refer to particular traits in wine. Here is a list of (492) common tasting terms and wine lingo, and what they mean for the everyday person.** (<https://www.winemag.com/gallery/wine-tasting-terms-and-what-they-really-mean/>, 10.04.2018, souligné par nous)

La deuxième conséquence de ce changement axiomatique réside dans la toujours possible construction de termes propres à une expérience strictement personnelle et subjective qui laisse des traces en discours. Ces termes peuvent être des hapax ou des idiosyncrasies, mais parfois aussi se cristalliser et se figer dans la forme et dans le sens au sein de la communauté. Un vin a été une fois oralement décrit¹⁴ comme étant *ein Schnüffelwein*, terme qui n'est recensé dans aucune base de données terminologique standard. Il est le résultat du ressenti après qu'un des participants a été surpris par le bouquet particulièrement intense et ouvert d'un des vins dégustés, et qui a été unanimement accepté par le groupe. Ce qui aurait pu ensuite rester qu'un hapax, a été réutilisé de façon ironique, car non professionnelle, puis s'est finalement fossilisé et stabilisé au sein de cette communauté. On pourrait faire ainsi un parallèle avec l'émergence et la fossilisation d'un descripteur comme *buvable/buvabilité* en français.

¹⁴ Dans le cadre de dégustations amateurs régulières de vin au sein d'un groupe de dégustateurs chez le caviste Bruvino à Dornbirn (Autriche).

Cette créativité terminologique met en avant deux éléments particulièrement importants dans le cadre des discours sensoriels. D'une part, le lexique sensoriel est restreint, *a fortiori* pour qualifier les odeurs, dans les langues indoeuropéennes¹⁵, il faut donc trouver des « parades » sémantiques pour mettre en mots ce qui est ressenti. On voit bien le problème, par exemple, d'un adjectif comme *aromatisch*, qui pourrait être utilisé en lieu et place de *Schnüffel-*, dans la mesure où cela ne signifie rien d'autre que le vin possède des arômes (Coutier écrit pour l'équivalent français aromatique que ce terme est « relatif aux arômes » 2007 : 77). Le sens de certains mots est donc terminologisé en discours dans un contexte et un cotexte basés sur une expérience. Et d'autre part, cette terminologisation va être le fruit d'une négociation interactionnelle¹⁶ dans une communauté pour affecter à un mot un nouveau sens et en faire un terme pouvant finir par être légitime et accepté par cette communauté.

1.2 La terminologie sensorielle repose sur une sémantique du prototype

Si l'on vient de voir que le descripteur œnologique prend son sens dans l'expérience sensorielle et dans le discours après une négociation entre les acteurs d'une communauté, il est surtout adossé à une représentation cognitive prototypique, fruit précisément des *expériences* de dégustations. Pour reprendre l'exemple déjà convoqué ci-dessus, c'est parce que plusieurs vins très ouverts laissent échapper beaucoup d'arômes que la signification du nom *ein Schnüffelwein* s'est figée dans le groupe de dégustateurs pour déboucher, à partir de la récurrence et de la reproductibilité de l'expérience, sur la construction (493) d'un prototype. Sans pouvoir entrer ici dans les détails des processus de catégorisation et dénomination sensorielle¹⁷, il convient de s'arrêter sur les conséquences terminologiques, dans la mesure où la reconnaissance de termes construits sur ce mode ne va pas forcément de soi.

Rompant avec une certaine tradition terminologique héritée des pratiques lexicographiques, ten Hacken (2010, 2015) plaide pour une différenciation entre termes nécessitant – en fonction du domaine de spécialité concerné ou en fonction des objectifs de la saisie terminologique – des définitions sur la base de conditions nécessaires et suffisantes – représentant tout à la fois la tradition et la norme – et des définitions rendant compte d'un prototype largement accepté – en lien

¹⁵ Ce qui passe, depuis des décennies, pour une vulgate des travaux sur les dénominations olfactives est aujourd'hui largement relativisé suite à l'analyse de données expérimentales provenant de langues asiatiques, cf. Majid / Burenhult 2014.

¹⁶ Sur cette question, cf. entre autres Wagener (2012).

¹⁷ Cf. les travaux devenus classiques de Manetta / Urdapilleta (2011) et Gaillard / Urdapilleta (2013).

direct avec les évolutions de la discipline terminologique depuis Gaudin (1993, 2003), Cabré (1998), ou encore Temmermann (2000) :

The classical approach to terminology, as initiated by Eugen Wüster (1898-1977) in the 1930s, aims for technological definitions consisting of necessary and sufficient conditions. Problems in formulating such definitions arise from the fact that natural concepts, as they arise in people's minds, are based on prototypes (e.g. 'cup'). Lexicographic definitions evoke such a prototype. In many contexts, even for specialized vocabulary, there is no need to make the extra effort of formulating a terminological definition. (ten Hacken, 2015 : 12)

Cette perspective est doublement pertinente dans le cas des descripteurs œnologiques : d'une part parce qu'elle correspond à ce qui a été démontré dans la sous-section précédente à propos du poids des contextes et des expériences et d'autre part car elle est strictement indexée sur le fonctionnement de la dégustation de vin. Le discours de dégustation fonctionne intrinsèquement sur une opération de comparaison entre un vin donné et un prototype que ce soit un prototype de descripteur ou un vin prototype, comme dans l'exemple suivant :

(6) il y a ce qui est Meursault qui est vraiment une référence mondiale pour les Chardonnay avec le côté beurré brioché un peu gras toute la famille des vins avec la même palette aromatique ici on dit que ça *beursaulte alors *beursauter vous n'allez pas trouvé dans le dictionnaire mais c'est un verbe qui est connu dans le monde entier en fait dans toutes les langues dans le milieu professionnel quand un Chardonnay a cette tendance-là on dit que ça *beursaulte c'est la référence aussi bien en Nouvelle Zélande qu'aux Etats-Unis qu'en France et ce côté donc euh un peu un peu beurré un peu gras tout en restant sec sec et minéral ça c'est par contre c'est quand même pour tous les vins euh et ben c'est Auxey-Duresses c'est Saint Romain Saint Aubin (FR_CA_RV_01)

Ici, le terme *beursauter* est une composition endocentrique décomposable de la façon suivante : *beur* – *sault* – *er*. *Beur-* est issu de *beurre* en tant qu'arôme plus ou moins stabilisé (*cf.* la roue des arômes, dans la famille 'alimentaire'), *-sault-* provient de Meursault et *-er* est le suffixe infinitival du premier groupe. Les vins produits dans la zone d'appellation Meursault sont connus dans le monde entier pour posséder des arômes beurrés (et les arômes connexes : brioché et crèmeux). Ces vins sont érigés en prototype par le caviste pour ensuite se faciliter la description d'autres vins issus du cépage Chardonnay. (494) Le processus de comparaison s'établit donc sur un continuum, dont les deux pôles sont beursaulte – ne beursaulte pas, qui s'actualisera en discours sous la forme d'un adverbe d'intensité ou l'usage du superlatif (*cf.* section 3.1). Le profil

organoleptique d'un vin est donc atteint par le déplacement du curseur sur le continuum du prototype.

1.3 La terminologie sensorielle n'est pas que la dénomination d'un concept technique

La reconnaissance des deux propriétés de la terminologie sensorielle discutées jusqu'ici nécessite de s'interroger, *in fine*, sur ses fonctions et sa portée. De la proposition de Gautier (2014) de distinguer quatre sphères discursives concourant à la construction de la terminologie de la filière viti-vinicole (discours réglementaires, prescriptifs, descriptifs et marketing), il apparaît que la dimension strictement technique et scientifique relève surtout, voire exclusivement, de la première sphère, par exemple dans les cahiers des charges qui fournissent des définitions précises et 'objectives' de termes pouvant être convoqués pour dénommer ou non telle réalité – y compris en cas de contentieux. On le voit ainsi avec l'extrait de la 'définition' de *Crémant de Bourgogne* reproduit sur la couleur et les types de produits autorisés en (7) :

(7) L'appellation d'origine contrôlée « Crémant de Bourgogne » est réservée aux vins mousseux blancs ou rosés » (<http://cavb.fr/wp-content/uploads/2011/12/CDC-Cr%C3%A9mant-de-Bourgogne-03-11-2011.pdf>, 11.04.2018)

Cette définition, qui ne reprend qu'une des 12 dispositions dudit cahier, est tout à fait symptomatique d'une saisie en termes objectivistes du concept dénommé qu'elle classe par rapport à l'hyperonyme *mousseux* puis subdivise en deux classes cohyponymes définies par la couleur.

Dès que l'on quitte le discours réglementaire et juridique, cette dimension technique a tendance à être couverte, de manière grandissante, par une dimension éminemment évaluative, ainsi que le postulait Lehrer dès son article séminal de 1975 :

Wine drinking is basically an aesthetic experience; so quite naturally, the **evaluative dimension is the most important one**. In fact, the evaluative dimension **permeates every other** dimension, even 'descriptive' ones. (Lehrer, 1975 : 903, souligné par nous).

Ce postulat se vérifie de manière systématique dans les notes de dégustation qu'elles émanent de prescripteurs (grandes revues, guides reconnus, sommeliers), d'amateurs éclairés (blogs, forums) ou sur les contre-étiquettes de bouteilles de vin ou la documentation commerciale des producteurs. Le terme sensoriel ne se contente plus là de dénommer tel ou tel trait organoleptique présumé présent lors de la dégustation, mais il évalue, le plus souvent positivement, le produit. Sur la base de Gautier (2018), l'évaluation peut être envisagée comme la résultante de trois composantes dont le fonctionnement en discours sera illustré à partir d'une étude de cas en section 3 : (495)

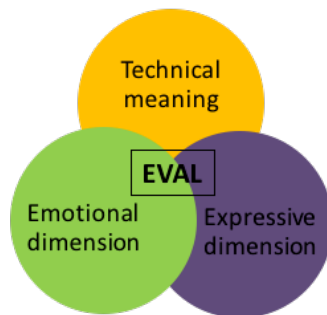


Figure 1 : Tridimensionalité du discours du vin

Ces trois ‘axiomes’ à partir desquels nous proposons ici de saisir la terminologie de la dégustation / présentation de vin – mais sans doute aussi plus largement toute terminologie sensorielle – ont pour point commun leur ancrage dans l’expérience et le discours. Il convient donc de consolider ces propositions en s’arrêtant sur le moment clef qui est celui de la collecte des données idoines.

2. VERS DES CORPUS ‘EXPERIMENTAUX’

La terminologie, comme les autres disciplines linguistiques, ne s’approche aujourd’hui presque exclusivement qu’à partir de corpus. Il s’agira donc dans un premier temps de revenir brièvement sur l’importance du corpus et des paramètres à prendre en compte pour le constituer, en particulier en terminologie. Dans un second temps, le corpus utilisé pour cette étude sera présenté.

2.1 Penser le corpus

Vouloir étudier la (ou une) langue (de spécialité) nécessite de réunir un ensemble homogène et cohérent d’échantillons de la langue en question, réunis en corpus. Cette façon d’envisager les sciences sociales en général, et la linguistique en particulier, est entre autres la conséquence du tournant cognitif qu’ont connu toutes les sciences au milieu des années 1960 (Geeraerts, 2006 & 2009). Ce *cognitive turn* a en effet eu au moins deux conséquences majeures : la nécessaire interdisciplinarité des approches et le besoin de travailler sur des données garantissant la reproductibilité et la falsifiabilité des résultats, en l’occurrence pour le linguiste de spécialité un corpus clairement identifié et dont le mode de collecte est le résultat d’un positionnement clair.

La nécessité d’interdisciplinarité s’explique par l’ancrage qui est celui des recherches sur les discours spécialisés. Leur étude requiert naturellement des connaissances linguistiques, mais également un savoir concernant la discipline¹⁸. Pour le vin, il s’agira de notions en encyclopédie, en pédologie, (496) en droit régional et européen, en

¹⁸ Tout un pan de recherche sur les langues-cultures de spécialité adopte d’ailleurs une perspective ethnographique, cf. Dressen-Hamouda (2013) ou Isani (2014).

histoire, en microéconomie, etc. Un Pinot Noir de Bourgogne et un Pinot Noir du Palatinat ou de la région du Lac de Constance se distinguent avant toute autre chose par la différence du sol : calcaire pour la Bourgogne, argileux en Palatinat et composé de moraines au bord du lac de Constance. Ces différences feront évoluer ensuite les propriétés organoleptiques des vins issus de chacune de ces régions, et par conséquent les termes employés pour les décrire. Il en va de même pour les aspects relevant de la physico-chimie des aliments ou de l'analyse sensorielle.

S'il existe une multitude de corpus (parallèle, comparable, numérique, multilingue, multimodal, etc., cf. Loock, 2016) pour l'analyse de la langue commune, il s'agit surtout de définir les paramètres les plus aptes à répondre à la question de recherche à laquelle on tente d'apporter une réponse. Ces paramètres ou critères pour reprendre les termes de S. Atkins *et al.* (1992), ont une importance cruciale dans la mesure où ils vont permettre de façonner l'objet d'étude. La philosophie sous-jacente à la linguistique de corpus met en avant le fait que ce n'est pas le linguiste¹⁹ qui pose un problème et constitue un corpus pour répondre à ce problème, mais, au contraire, l'objet d'étude qui va faire émerger un problème à résoudre par le chercheur. Une perspective empirique, aussi appelée *bottom-up* ou *corpus-driven analysis* (Tognini-Bonelli, 2001), a pour but, sinon de supprimer, à tout le moins de réduire les *a priori* (conscients ou inconscients) du linguiste pour ne se concentrer que sur la langue telle qu'elle est mise en œuvre dans une communauté, sans visée normative : cet aspect revêt bien sûr une importance particulière en terminologie au vu des trois axiomes discutés en section 1. Dans le cas précis de la terminologie œnologique, il s'agit donc de sortir des sources lexicographiques, plus ou moins normées, pour observer le fonctionnement des termes *in vivo*. Pour atteindre cet objectif, la quantité de données permet de lisser la potentielle subjectivité du linguiste dans le choix de ses sources premières.

Dans le cas de recherches en discours de spécialité, un type de corpus complémentaire et en partie différent s'avère nécessaire. D'une part car « les corpus codent les mots mais pas le sens » Loock (2016 : 33) et donc on peut se demander si démultipliant la taille des corpus, la qualité de la recherche s'en ressent ; et d'autre part, le champ d'étude étant indexé au champ spécialisé (qu'il soit professionnel, académique, disciplinaire) sélectionné, celui-ci est borné et implique dès lors une sélection des données selon un cadre méthodologique qui respecte les propriétés inhérentes de la spécialité. C'est ainsi que revient la question de la représentativité (Biber, 1993) qui se révèle être, si ce n'est le critère le plus important dans la préparation du protocole de constitution du corpus, au moins le premier élément à prendre en compte. Il s'agit dès lors de

¹⁹ La forme masculine est utilisée ici et dans ce qui suit uniquement pour des raisons pratiques et n'exclut en aucun cas le féminin.

s'interroger sur la capacité de l'échantillon sélectionné à représenter la réalité langagière constitutive de la spécialité : un corpus n'est jamais représentatif *per se*, il l'est toujours d'une communauté langagière et/ou d'un domaine de (497) spécialité. Nous souscrivons donc à et appliquons le principe de Biber (1993 : 243) : quand il est question de corpus (spécialisé), le primat de la quantité doit laisser place à celui de la qualité, elle-même définie par Sinclair (1998 : 117) comme ce qui relève de l'authentique. On exclura, par exemple, les textes traduits pour ne conserver que les textes produits par des locuteurs natifs (voir Baker, 1993 : 234) ainsi que le matériel pédagogique (Clavel-Arroitia / Fuster-Márquez, 2014 : 125). Dans ce cadre, c'est la production d'un corpus *ad-hoc* qui s'impose, dans la lignée des propositions de Looock (2016 : 77-85) pour les corpus *ad-hoc* des (apprentis) traducteurs.

2.2 Présentation du corpus ad-hoc

Cette contribution repose ainsi sur un corpus oral inédit bilingue français-allemand produit en situation authentique et compilé en 2016 dans le cadre d'un mémoire de master 2 recherche à l'Université Bourgogne-Franche-Comté (Bach, 2017). Des vigneronnes et des cavistes en Bourgogne et en Rhénanie-Palatinat ont été interrogés sur les vins qu'ils produisent et qu'ils vendent, et il leur a été demandé, en particulier, de les décrire.

Le premier élément pris en compte est justement lié à la question de la représentativité²⁰. Il a d'abord été envisagé selon quatre axes : thématique, géographique, quantitatif et qualitatif.

1. Au niveau du contenu, le choix a été fait de limiter les langues utilisées, de resserrer le panel de personnes interrogées et les vins sélectionnés lors des présentations. Cette étude contrastive a été limitée au français et à l'allemand et les professionnels ont été interrogés dans leur langue maternelle uniquement. Ces professionnels étaient des vigneronnes ou des cavistes en activité.²¹ Enfin, les vins sélectionnés par les répondants se limitaient à ceux qu'ils produisaient pour les vigneronnes et à ceux qu'ils vendaient pour les cavistes, avec pour condition supplémentaire pour ces derniers que ces vins soient produits dans la région de leur lieu de vente.
2. Le corpus a été par ailleurs borné géographiquement : en France, la Bourgogne et en Allemagne la Rhénanie-Palatinat. Ces deux régions n'ont pas été choisies au hasard ; en effet, le lien qui les unit est historique, les capitales régionales, Dijon et Mayence, sont étroitement liées et il en est de même pour les deux

²⁰ Sur ce point, cf. également Gautier / Hohota (2014) pour un autre type de corpus œnologique.

²¹ Est entendu par vigneron : une personne produisant le vin qu'elle vend, et par caviste : un marchand revendant le vin produit par des vigneronnes.

universités. Au niveau viti-vinicole, la Bourgogne est la deuxième région française productrice de vin derrière le Bordelais et la Rhénanie-Palatinat est le premier *Land* producteur de vin en Allemagne (Schweppe, 2016 : 47).

3. Afin d'avoir un volume *utilisable* dans le cadre d'un mémoire de master 2, les quatre parties du corpus correspondant respectivement aux (i) cavistes de Bourgogne, (ii) vigneron de Bourgogne, (iii) cavistes (498) de Rhénanie-Palatinat et (iv) vigneron de Bourgogne, ont été limitées chacune à 30 minutes d'enregistrement au total.
4. La méthode de recueil a été la même pour toutes les personnes interrogées : les sous-corpus ont été constitués dans la même période temporelle (*cf. infra*) et dans les mêmes conditions : au domaine pour les vigneron et dans les magasins pour les cavistes. Le déroulé de la visite a été identique : contextualisation de l'entretien, question ouverte²², sélection des bouteilles et réponses enregistrées numériquement. On ajoutera également que les présentations des vins ont été réalisées avec un stimulus visuel, la bouteille, mais sans stimulus olfactif ou gustatif.

C'est donc un corpus avec un degré de comparabilité, entendue au sens de Teubert (1996), élevé qui a pu être compilé.

Les entretiens ont été regroupés dans le temps et ont été découpés en quatre phases détaillées ci-dessous :

Semaine	Région	Catégorie professionnelle
36	Rhénanie-Palatinat	Vignerons
41	Bourgogne	Cavistes
43	Rhénanie-Palatinat	Cavistes
48	Bourgogne	Vignerons

Tableau 1 : Répartition calendaire des entretiens

Le corpus global se compose de 01:15:03 pour la Bourgogne et 01:10:54 pour la Rhénanie-Palatinat, soit 02:25:57 d'enregistrement total qui se décompose de la façon suivante :

²² « Pouvez-vous me présenter trois ou quatre vins de votre offre ? »

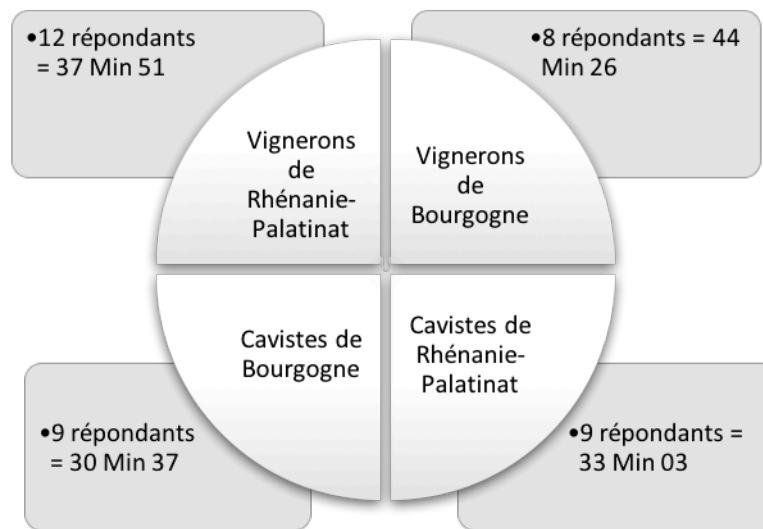


Figure 2 : Répartition des interviews et totaux des enregistrements (499)

Les données une fois collectées ont ensuite fait l'objet d'un traitement informatique préparatoire à leur exploitation. Tout d'abord une normalisation technique a été nécessaire en utilisant le logiciel Audacity²³ pour que chaque fichier audio soit au format 16 bits en wav. Cette première étape de normalisation des fichiers est particulièrement importante pour disposer d'un matériel homogène et rigoureusement identique d'un point de vue technique (le format wav étant le seul accepté par le logiciel Sonal²⁴, utilisé ici pour transcrire et annoter les enregistrements).

Chaque fichier a ensuite été renommé pour être facilement identifiable par le lecteur et assurer l'anonymisation des répondants.

Chaque vin présenté a ensuite été finement décrit dans un tableau Excel.

3. DU SENSORIEL A L'EMOTIONNEL : LE POTENTIEL SEMANTIQUE DE LA TERMINOLOGIE OENOLOGIQUE

3.1 Une terminologie sensorielle en usage

Comme l'a montré la première section, les discours et en particulier la terminologie de domaines de spécialité sensibles comme le vin, le café ou l'immobilier d'intérieur peuvent se scinder en deux composantes : une première plus ou moins technique et une deuxième expérientielle. Dans le domaine œnologique auquel est consacrée cette section sur la base du corpus décrit ci-dessus, la première étape pour la majorité des

²³ Disponible en téléchargement gratuit au lien suivant : <http://www.audacityteam.org>, développé en 2000 par Dominic Mazzoni qui dispose des droits de ce logiciel.

²⁴ Développé par le sociologue Alex Alber à l'Université de Tours (Alber, 2014).

consommateurs de vin est une évaluation binaire se réduisant au couple j'aime / je n'aime pas. Les amateurs éclairés et les professionnels seront eux capables de dépasser cette conception duale pour disséquer, dans son acception de méthode d'analyse en anatomie, chaque constituant du vin et les analyser, essentiellement en les comparant. Cette phase de dissociation est un double processus qui suit d'abord la forme canonique de la dégustation (*cf. infra*) avant que chaque composant ne soit à nouveau analysé à la lumière du nouveau sens : vision, odorat ou goût. Pour le linguiste, trois types de marquage discursif sont intéressants.

3.1.1 *Processus de comparaison*

La double reconnaissance de la dimension construite par le discours des termes sensoriels et de la saisie par prototype de leur sens se lit, dans les discours de dégustation / présentation de vin, à travers le recours constant et incontournable à des scénarios de comparaison. L'ancrage expérientiel de la sédimentation cognitive des descripteurs conduit en effet le dégustateur à rechercher, pour qualifier le vin qu'il a en bouche, d'autres vins – proches ou lointains – qui vont servir d'étalon – même s'ils ne sont pas toujours explicitement mentionnés. (500)

Un premier exemple met en évidence la construction de prototypes adossés à deux critères extralinguistiques, les millésimes, ici 2013 et 2014 :

(8) Avec surtout ce qui correspond *en 2014* c'est euh / des couleurs **un peu plus soutenues que 2013** vous allez voir après et hum une sorte de pas mal de tendresse en bouche / et des vins où les les tanins sont bien bien fondus et euh plutôt **un peu moins d'acidité que 2014 2013** (FR_VG_CM_04)

La construction du prototype 2014, en particulier pour les propriétés *couleur* et *acidité*, est indexée au prototype 2013.

Cet incessant processus de comparaison dans les commentaires de dégustation se manifeste aussi de manière nettement plus complexe quand on entre dans les critères subjectifs. Si on a évoqué précédemment les trois sens traditionnellement en jeu dans le processus de description sensorielle du vin, il faut également y intégrer le toucher. Ce phénomène de synesthésie n'est pas nouveau en analyse sémantique, mais il démontre ici à la fois l'ancrage de la terminologie sensorielle dans l'usage et la nécessité de procéder aux comparaisons qui viennent d'être mentionnées. En (9), le caviste va procéder à plusieurs comparaisons différentes pour permettre à l'interlocuteur de cerner le profil organoleptique du vin sélectionné :

(9) Après euh Marsannay euh sur le terroir les Echezots 2014 de chez euh Martin Bart alors moi sur ce que j'ai goûté c'est euh la cuvée qui m'a le

plus euh plu sur sa gamme de Marsannay en 2014 encore une fois parce que euh c'est la cuvée qui avait **le plus de profondeur** selon moi on n'est pas sur *le Marsannay euh entre guillemets le plus léger* comme *comme sa cuvée par exemple les *fineutes* où il fait euh euh vraiment un Marsannay **plus accessible plus gourmand** et autre là on va retrouver un Marsannay avec **un petit peu plus de structure un peu plus de complexité** (FR_CA_AV_01)

Une première comparaison est instanciée entre le millésime présenté (2014) et le reste de la gamme en Marsannay du vigneron (sans que celle-ci n'ait été présentée, ni détaillée au préalable) afin d'appuyer sur la « profondeur » du vin sélectionné. Le locuteur procède ensuite à une comparaison entre le vin présenté et le prototype de Marsannay, lui-même placé sur un continuum où 'léger' serait à une extrémité et son opposé à l'autre. Il associe ce prototype à une cuvée du vigneron « les *fineutes ». Puis il renverse la comparaison, pour revenir au vin présenté et le déplacer sur le continuum vers l'extrémité opposé en utilisant la structure *plus* + descripteur, tout ceci indépendamment de la prise en compte des connaissances réelles de l'allocuté sur les prototypes successivement convoqués.

L'acte de comparaison se révèle ainsi consubstantiel de l'aspect évaluatif de la présentation du vin réalisé par i) isolement des propriétés organoleptiques puis ii) évaluations selon ses connaissances encyclopédiques sur le sujet.

(10) et je trouve qu'en 2014 il a vraiment réussi ses vins parce qu'on va encore *chercher* une fois la profondeur la puissance mais on a des tanins qui sont euh euh qui sont **bien maîtrisés pareil** des tanins qui sont un peu enrobés dans la dans la dans dans la masse euh (FR_CA_AV_01)

En (10), la description des tanins du vins se situe ici au niveau gustatif : le locuteur indique deux propriétés organoleptiques (*profondeur, puissance*) puis introduit la notion de *tanins* en l'opposant aux deux autres propriétés. (501) Cela correspond à la première phase d'isolement. Le caviste procède ensuite à l'évaluation de cette propriété aromatique avec une échelle axiomatique implicite qui repose sur de la qualification – *bien maîtrisés* – et de la quantification - *un peu enrobés*.

3.1.2 Quantification

La phase d'évaluation repose ensuite sur une quantification des descripteurs passant par des processus de modulation. Pour ce faire, le locuteur peut employer un adverbe d'intensification comme *un peu* ou *ein bisschen* en allemand :

(11) eine schöne Kirschrot **bisschen was würziges** (DE_CA_WP_03)

Cela fait écho à la quantification des propriétés organoleptiques entrevue lors de la phase d'isolement, car le locuteur va évaluer le vin présenté en recourant à des adjectifs pour déplacer le curseur sur un axe permettant à l'allocuté de mieux situer le vin qui lui est présenté :

(12) ja ein *sehr schöne* Frucht euh aber nicht zu Erdbeere nicht zu viel Erdbeerton oder Himbeerton (DE_CA_WKP_01_03)

Cet exemple est par ailleurs construit en combinant un adverbe d'intensification à un adjectif évaluatif.

Le phénomène de quantification est identique en français :

(13) Alors donc Côte de Nuit Village vin rouge sur un parcellaire les Chantemerles 2014 du domaine Pansiot qui se trouve à *Corgoloin donc là on est sur un vin **vraiment** structuré qu'on peut conserver plusieurs années hein on est sur du vin du vin **assez** tannique **assez** puissant avec une finale / boisée plutôt à mettre en accord mets-vins avec des fromages de caractère ou alors des viandes en sauce enfin quelque chose qui puisse qui puisse bien s'accorder avec un vin qui est **relativement** euh épicié et puissant (FR_CA_VM_02_01)

La plupart des descripteurs sont modulés soit pour renforcer le descripteur directement : *vraiment structuré*, soit dans une litote *vin assez tannique assez puissant* ou *relativement épicié*.

La description de la dimension évaluative consubstantielle à l'expérience de dégustation ne sera toutefois vraiment complète qu'en analysant la place du vin par rapport au prototype employé de manière récurrente par le panel d'interrogés.

3.1.3 Recours au prototype

La terminologie sensorielle dans le domaine du vin est fondamentalement axée sur la génération de prototypes dans le cadre d'une comparaison, comme on l'a vu en (9), permettant de transposer les composantes organoleptiques du prototype au vin présenté *via* un transfert (*mapping*) sémantique entre les deux entités.

(14) er hat **alles was ein Spätburgunder / bei uns haben soll** (DE_CA_WP_03)

Ici, le prototype est indexé aux propriétés du cépage *Spätburgunder* (= Pinot Noir). Ces propriétés font consensus et permettent donc de donner au locuteur une référence sans qu'il ne soit besoin (voire d'ailleurs possible) de lister justement ce qu'un Pinot Noir de Rhénanie doit avoir ou non : le renvoi au (502) prototype remplace ici toute description

sensorielle. C'est donc la complétude du vin dégusté par rapport à ce prototype qui permet d'arriver à une évaluation positive. Un exemple similaire se trouve dans le corpus français :

(15) il fait des vins quand même avec une certaine puissance euh on n'est pas sur des vins **voilà on n'est pas sur le Pinot sur la légèreté** et autre on est sur euh le Pinot avec euh encore une fois une certaine euh ouais une certaine puissance de la matière (FR_CA_AV_01)

On retrouve le cépage Pinot Noir, même si ici le vin proposé est présenté par le renversement du prototype. Il est suggéré qu'un Pinot Noir prototypique est 'léger', le renversement montre donc que le vin, qui est un Pinot Noir, s'éloigne du prototype car il a *une certaine puissance*. Deux éléments n'avaient pas encore été abordés ici : d'une part, la construction du profil sémantique du vin par la négative (*on n'est pas sur la légèreté*) et d'autre part, le renversement du prototype pour mieux qualifier le vin présenté par le locuteur.

D'autres prototypes se créent soit en rapport avec la zone d'appellation en (16) ce sera l'AOC Fixin, soit avec une localisation plus ou moins précise avec en (16) la Côte de Nuit et en (17) la région viticole, ici la Bourgogne, en y associant toujours une propriété organoleptique :

(16) il y a Fixin également qui est une appellation avec des vins assez charpentés également typique de la Côte de Nuit (FR_CA_RV_03)

(17) Alors Fixin Premier Cru les Hervelets donc on est sur une appellation de la Côte de Nuit donc quelque chose de très fruité très gourmand une belle matière une couleur voilà très classique en Bourgogne (FR_CA_VM_01_01)

On peut d'ores et déjà apercevoir ici le fondement culturel, à tout le moins l'appel aux connaissances spécialisées de l'interlocuteur, avec les particularités de chaque AOC ou de chaque sous-région viticole comme la Côte de Nuit en (17) qui ne sont jamais définies car l'interlocuteur est censé la connaître.

3.2 Le fondement culturel de la terminologie sensorielle

On l'a vu, les termes sensoriels sont basés sur le sensible et l'expérientiel et leur aspect technique est largement réduit. Ce dernier va néanmoins être réinjecté dans le terme en discours en capitalisant sur les propriétés culturelles inhérentes au vin²⁵. « Culture » est entendu ici au sens anthropologique du terme mobilisé depuis une petite dizaine d'années dans le paradigme cognitiviste de la *Cultural Linguistics* développé par Sharifian :

²⁵ Le vin est un produit « bio-culturel » (Bach, 2017 : 123) qui associe la nature au savoir-faire de l'homme, l'un étant indissociable de l'autre.

Cultural schemas (and subschemas) capture beliefs, norms, rules, and expectations of behaviour as well as values relating to various aspects and components of experience. [...] Cultural categories (and subcategories) are those culturally constructed conceptual categories (colours, emotions, attributes, foodstuffs, kinship terms, events, etc.) that are primarily reflected in the lexicon of human languages. (Sharifian, 2017 : 7)

C'est ainsi que la notion de terroir s'est créée : elle n'a jamais pu être scientifiquement déterminée (Van Leeuwen / Seguin, 2006), mais elle est régulièrement (503) invoquée et se définit au gré des besoins dans son usage. Un des composants du terroir qui revient régulièrement est le type de sol. Un des vignerons allemands exploite ce composant pour justifier et légitimer ses explications :

(18a) die Wurzel bei der Alten Reben sind 25 Meter lang die gehen also sehr tief in die Erde bei dem blauen Stein geht es schwer da gehen sie wie einen Fall Wurzeln nach unten und bei rot und grau bleiben sie relativ weit oben und deswegen sind die hier diese beiden etwas fruchtiger und der ist mineralischer (DE_VG_MO_01)

Il associe ainsi un type de sol à une propriété organoleptique sur la base de toute une série d'égalités : sol ardoises rouge et grise = type de racine x = fruité alors que ardoise bleue = type de racine y = minéral. Puis il poursuit en associant cette propriété organoleptique à un type de client :

(18b) oft ist es so dass die Damen eher die roten Schiefer und die Herren den blauen Schiefer bevorzugen (DE_VG_MO_01)

La nouvelle association donne donc : ardoise rouge = fruité = cliente et ardoise bleue = minéral = client.

Le terroir est également un facteur important pour les locuteurs de Bourgogne et il est clairement illustré par l'exemple suivant :

(19) les Cazetiers les caractéristiques / c'est d'être plutôt euh / très très peu acide par contre avec une charge tannique très forte mais des tanins très très fondus / l'acidité elle n'apparaît absolument pas ce qui fait le le vin est est peut peut donner du plaisir je veux dire même dans sa prime jeunesse c'est-à-dire que pour un Premier Crû Gevrey à quatre cinq ans c'est déjà très abordable à l'inverse le Clos Saint Jacques lui est beaucoup plus fermé beaucoup plus hermétique avec beaucoup plus de tension il y a plus d'équilibre en fait entre la maturité et et l'acidité si bien qu'on peut passer par des périodes qui peuvent durer plusieurs années euh pendant lesquelles il y a très très peu d'expressions aromatiques et donc euh on

passé à côté de quelque chose quoi si on le goûte trop jeune donc le Clos Saint Jacques est franchement / de garde et puis il y a aussi peut être au travers de l'équilibre qu'il y a dans le Clos Saint Jacques euh euh certainement une longueur en bouche qui est / je dirais trois fois sur quatre suivant les millésimes trois fois sur quatre quand même un peu supérieur aux aux Cazetiers (FR_VG_BC_02)

Avant de procéder à cette explication, le vigneron détaille les deux parcelles et c'est pour une raison de place que nous ne pouvons pas retranscrire l'intégralité de l'extrait et simplement le résumer. Les deux parcelles se situent dans le même village, les ceps ont été plantés en 1967 à partir du même porte-greffe, ici de la même sélection massale, tout est absolument identique dans l'entretien des plants, la vendange, la vinification et le vieillissement. Le seul élément, objectivable, qui permet de différencier ces deux vins est la différence d'élévation d'un mètre cinquante entre les deux parcelles. Cette variation fait légèrement évoluer la géologie du sol. Cette différence scientifique est projetée dans la notion culturelle de Climat²⁶ puis réinjectée en discours, asseyant au passage la rigueur du commentaire de dégustation. Le vigneron a donc (504) préparé les deux entités correspondantes aux deux parcelles puis, à travers les prototypes et les comparaisons continues déjà expliquées, va déterminer un certain nombre de propriétés organoleptiques et permettre de mettre en avant un paramètre important du profil des deux vins : l'un est de garde, l'autre non, ou autrement dit : l'un apportera du plaisir après avoir passé un certain nombre d'années en bouteille, l'autre donnera des émotions après seulement quelques années.

3.3 Une terminologie des émotions²⁷

La charge émotionnelle²⁸ dans l'expérience sensorielle globale, enfin, n'est pas à négliger car l'encodage des arômes dans la mémoire à long terme et son association à un terme sont indexés à l'expérience réelle de l'individu (Schwarz, 1996 : 91). Il n'est ainsi pas rare que deux dégustateurs décrivent un arôme identique en utilisant deux termes

²⁶ Voir la définition des Climats de Bourgogne proposée par l'UNESCO : <https://whc.unesco.org/fr/list/1425>, (consulté le 12/04/2018).

²⁷ Il s'agit là d'un domaine de recherche sui generis que nous ne pouvons qu'effleurer ici à partir du corpus collecté.

²⁸ Notre acception du concept d'émotion (puisque aucune définition faisant l'unanimité existe (cf. Schwarz-Friesel, 2013 : 43-48)) est issue de l'approche neuro-cognitive : « While there have been a number of cognitive approaches to emotion, recent theorizing has emphasized that emotional experiences are cognitive constructions based on conceptualizations of situations or higher-order states that emerge as a result of the cognitive integration in working memory of diverse sources of information from within the brain and body. » (Ledoux / Hofmann, 2018 : 69) et se résume comme étant : « an emotion is a valenced affective reaction to perceptions of situations » (Richins, 1997 : 127).

différents. Si les formes sont différentes, le représenté mental est proche voire identique : il y a un recouvrement sémantique car les entités conceptuelles invoquées par la mise en mot sont les mêmes. On va en revanche voir apparaître des mises en perspective différentes de ce représenté mental à travers le recours à une part émotionnelle du descripteur.

Dans l'exemple qui suit, la caviste décrit le vin sélectionné en l'indexant à un souvenir de vacances, ce qui confère à ce dernier un aspect positif et permet au vendeur de nouer un lien personnel avec l'interlocuteur. Ce sont des vacances qui avaient lieu en Provence : cette précision ouvre deux espaces sémiotiques. D'abord, la France est considérée comme le pays du vin par excellence, ainsi, associer le vin présenté à la France peut être une connotation positive. Ensuite, la Provence étant une région ensoleillée, le vin est dès lors inscrit dans un environnement chaleureux (humainement et au sens météorologique, ce qui n'est pas sans incidence, quand on se rappelle que le rosé est un vin estival).

(20) und euh da habe ich ein sehr schönes Rosé von ihm ein Spätburgunder euh Rosé der mich der ersten Mal verkostet hat an die Provence erinnert hat früh früher wie ich jugendliche war meine Eltern in der Provence und hat da ein Côte de Provence Rosé getrunken
DE_CA_WKP_01_03

CONCLUSION

L'objectif de cette contribution était de discuter les renouvellements s'imposant en terminologie, en tant que discipline phare de la linguistique appliquée, au croisement i) de l'exploration de domaines largement non-normés et laissant (505) une place importante au subjectif et ii) de la possibilité d'explorer des corpus 'non-conventionnels' comme les corpus oraux et / ou hybrides (mêlant professionnels et consommateurs par exemple, là où la terminologie traditionnelle opère le plus souvent à partir du seul discours validé par les experts).

Instanciée ici pour le domaine du sensoriel et, à l'intérieur de celui-ci, pour le sous-domaine de l'œnologie, la démonstration a visé, au niveau théorique, à proposer un fonctionnement du terme sensoriel comme construit en usage, saisi sur la base d'un prototype et incluant d'autres dimensions que la stricte dimension technique. Appliquée à un corpus *ad-hoc* bilingue, français-allemand, l'analyse concrète de cette terminologie montre une mise en œuvre largement similaire dans les deux langues avec une dimension technique plutôt réduite, proposant rarement des définitions mais fonctionnant fondamentalement sur la comparaison et débouchant pour ainsi dire 'naturellement' sur la construction de prototypes. A ce premier niveau s'ajoutent deux niveaux nettement moins attendus en terminologie : celui des composantes culturelles du terme et celui des émotions associées.

Par-delà le cas singulier retenu ici, ce type d'approche nous semble reproductible pour tous les domaines mettant en jeu les sens, quel que soit le 'réfèrent' extralinguistique. Surtout, la méthodologie mise en œuvre permet d'ouvrir la terminologie sur la question de sa réception / intégration par celui auquel elle s'adresse finalement le plus souvent, à savoir le consommateur. Ceci ouvre de nouvelles perspectives de recherche pour la linguistique appliquée en synergie avec les spécialités concernées, répondant ainsi au programme d'une « linguistique située ».

Laurent GAUTIER
Université Bourgogne Franche-Comté, EA4182 & USR 3516
Matthieu BACH
Université Bourgogne Franche-Comté, EA4182

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ALBER, A. 2014. « Computers/Ordinateurs/Internet », *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 122, pp. 132-134.
- ATKINS, *et al.* 1992. « Corpus Design Criteria », *Literary and Linguistic Computing*, 1(7), pp. 1-16.
- ATWAL, G., WILLIAMS, A., [2009] 2017. «Luxury Brand Marketing – The Experience Is Everything! », in *Advances in Luxury Brand Management* édité par Jean-Noël KAPFERER *et al.*, Cham : Palgrave Macmillan, pp. 43-57.
- AUHLIN, A. 1996. « Approche expérientielle de la communication écrite (présentation) », *Cahiers de linguistique française*, 18, p. 331-338.
- BACH, M. 2017. *Prototypicité discursive dans les discours de vente. Étude contrastive français-allemand en Bourgogne et Rhénanie-Palatinat*. Mémoire de Master 2. Dijon : Université Bourgogne Franche-Comté.
- BALDY-MOULINIER, F. 2003. *Analyse pragmatique des interactions au cours des dégustations de vins : les négociations sur les odeurs et les goûts*. Thèse de doctorat. Lyon : Université Lyon 2 – Lumière.
- BAKER, M. 1993. « Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Applications », in *Text and Technology: In honour of John Sinclair* édité par Mona BAKER *et al.*, Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins, pp. 233-252.
- BIBER, D. 1993. « Representativeness in Corpus Design », *Literary and Linguistic Computing*, 8(4), p. 243-257.
- BRIU, J.-J. (éd.) 2011. *Terminologie (I). Analyser des termes et des concepts*. Berne : Peter Lang.
- BOWLES, H., SEEDHOUSE, P. (éds) (2009). *Conversation Analysis and Language for Specific Purposes*. Berne : Peter Lang.
- CHÉROT, J.-Y. 2013. « L'analyse des concepts en droit : Sur quatre thèses de Hart et quelques questions », *Revue de la Recherche Juridique - Droit prospectif*, 37, p. 2273-2285.

- CABRE, M. T., 1998. *Terminologie : théorie, méthode et applications*. Ottawa, Paris : Les presses de l'Université d'Ottawa, Armand Colin.
- CHOLLET S., VALENTIN, D. 2000. « Le degré d'expertise a-t-il une influence sur la perception olfactive ? Quelques éléments de réponse dans le domaine du vin », *L'année psychologique*, 100(1), p. 11-36.
- CLAVEL-ARROITIA, B., FUSTER-MÁRQUEZ, M. 2014. « The authenticity of real texts in advanced English language textbooks », *ELT Journal*, 68(2), p. 124-134.
- CONDAMINES, A., NARCY-COMBES, J.-P. 2015. « La linguistique appliquée comme science située », in *Cultures de recherche en linguistique appliquée*, édité par Francis CARTON *et al.*, Paris : Riveneuve éditions, p. 209-229.
- COUTIER, M. 2007. *Dictionnaire de la langue du vin*. Paris : CNRS Éditions.
- DENEULIN, P. *et al.* 2014. « Minéralité du vin : représentations mentales de consommateurs suisses et français », *Revue suisse Viticulture Arboriculture Horticulture*, 46(3), p. 174-180.
- DRESSEN-HAMMOUDA, D., 2013. « Ethnographic approaches to ESP research », *The Handbook of English for Specific Purposes*, édité par In Brian PALTRIDGE et Sue STARFIELD, Chichester : Wiley-Blackwell, p. 501-517.
- FABER, P., BUENDÍA CASTRO, M. 2014. « EcoLexicon » in *Proceedings of the XVI EURALEX International Congress*, EURALEX, p. 601-607.
- GAILLARD, A., URDAPILLETA, I. 2013. *Représentations mentales et catégorisation. Théories et méthodes*. Paris : L'Harmattan.
- GAUDIN, F., 1993. *Pour une socioterminologie. Des problèmes sémantiques aux pratiques institutionnelles*. Rouen : Université de Rouen.
- GAUDIN, F., 2003. *Socioterminologie. Une approche sociolinguistique de la terminologie*. Bruxelles : Duculot.
- GAUTIER, L. 2014. « Quel(s) corpus pour une approche interculturelle des discours sur le vin ? » Communication au colloque *Goût et identité culturelle*, Dijon, décembre 2014. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01237779> (10.04.2018).
- GAUTIER, L. 2018. « Emotions, expressivité et évaluation. La triple face (cachée ?) des descripteurs sensoriels : l'exemple du discours de présentation / dégustation de vins » Communication à la journée d'études *Connaître vs. ressentir. Affects, émotions et expressivité en discours spécialisés*, Lyon 2, Mars 2018. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01722225> (10.04.2018).
- GAUTIER, L., *et al.* 2015a. « Levons un voile sur la minéralité des vins blancs du Jura : discours, sémantique, sensorialité », in *Les vies de la pasteurisation. Récits, savoirs, actions (1865-2015)*, édité par Noël BARBE et Daniel RAICHVARG, Dijon, EUD, p. 159-170.
- GAUTIER, L., *et al.* 2015b. « La « minéralité » du vin : mots d'experts et de consommateurs », in *Unité et diversité dans les discours sur le vin en*

- Europe*, édité par Laurent GAUTIER et Eva LAVRIC, Frankfurt/Main : Peter Lang, p. 149-168.
- GAUTIER, L. *et al.* (2018a). « La minéralité des vins vue par les consommateurs : des mots aux représentations et vice-versa », in *Les descripteurs du vin : perspectives sémantiques*, édité par Laurent GAUTIER et Eva LAVRIC, Frankfurt/Main : Peter Lang, pagination en cours.
- GAUTIER, L., *et al.* (2018b). « La minéralité, c'est comme... » Analogie, comparaison, exemplification dans l'appréhension de la notion de minéralité du vin par les consommateurs », in *Figures et images dans les discours sur le vin*, édité par Laurent GAUTIER et Eva LAVRIC, Frankfurt/Main, Peter Lang, pagination en cours.
- GAUTIER, L., HOHOTA, V. 2014. « Construire et exploiter un corpus oral de situations de dégustation : l'exemple d'Oenolex Bourgogne », *Studia Universitatis Babeş Bolyai - Studia Philologia, Universitatea Babeş-Bolyai*, 59(4), p. 157-173.
- GEERAERTS, D. 2006. *Words and Other Wonders*. Berlin, New-York : Mouton de Gruyter.
- GEERAERTS, D. 2009. *Theories of lexical semantics*. Oxford, New-York : Oxford University Press.
- ISANI, S. 2014. « Ethnography as a research-support discipline in ESP teaching, learning and research in the French academic context », *ASp*, 66, p. 27-39.
- KLEIBER, G., 1990. *La sémantique du prototype*. Paris : PUF.
- KLEIBER, G. 1997. « Sens, référence et existence : que faire de l'extralinguistique ? », *Langages*, 127, p. 9-37.
- LAKOFF, G., 1987. *Women, Fire and Dangerous Things. What categories reveal about the mind*, Chicago, London, The University of Chicago Press.
- LEDOUX, J. E., HOFMANN, S. G., 2018. « The subjective experience of emotion: a fearful view », *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 19, p. 67-72.
- LEHRER, A., 1975. « Talking about wine », *Language*, 51(4), pp. 901-923.
- LEROYER, P. 2013a. « New Proposals for the Design of Integrated Online Wine Industry Dictionaries », *Lexikos* (9), p. 209-227.
- LEROYER, P. 2013b. « Putting words on wine: OENOLEX Burgundy, new directions in wine lexicography », in *Lexicography and Dictionaries in the Information Age: Selected papers from the 8th ASIALEX International Conference*, Airlangga : Airlangga University Press, p. 228-235.
- LEROYER, P. 2015. « Turning the Corpus into a Functional Component of the Dictionary: The Case of the Oenolex Wine Dictionary », *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 198, pp. 257-265.
- LEROYER, P., GAUTIER, L. 2015. « Le corpus oral au cœur de la lexicographie professionnelle du vin », *Estudios de Lexicographia*, 4, p. 99-110.

- LEROYER, P., GAUTIER, L. 2018. « Construction, communication, représentation, et réappropriation des discours vitivinicoles dans un « nuancier » lexicographique en ligne », in : *Situations professionnelles, discours, interactions : vers une didactique de la traduction*, édité par Cecilia CONDEI *et al.*, Berlin : Frank & Timme, pagination en cours.
- LOOCK, R. 2016. *Traductologie de corpus*. Villeneuve d'Ascq : Presses du Septentrion.
- LÓPEZ RODRÍGUEZ, C.I., *et al.* 2013. « Multimodal representation of specialized knowledge in ontology-based terminological databases: the case of EcoLexicon », *The Journal of Specialized Translation*, 20, p. 49-67.
- MAJID, A., BURENHULT, N. 2014. « Odors are expressible in language, as long as you speak the right language », *Cognition*, 130, p. 266-270.
- MANCEBO-HUMBERT, M., *et al.* 2018a. « La construction du discours de dégustation du Crémant de Bourgogne de 1995 à aujourd'hui », in *Bourgogne(s) viticole(s). Enjeux et perspectives historiques d'un terroir* édité par Serge WOLIKOW et Olivier JACQUET, Dijon : Editions Universitaires de Dijon, p. 237-252
- MANCEBO-HUMBERT, M., 2018b. « Les choix lexicaux dans le discours des consommateurs pour parler du Crémant de Bourgogne : quel degré de terminologisation ? », in *Les terminologies professionnelles de l'œnologie*, édité par Laurent GAUTIER et Anne PARIZOT, Londres, Iste, pagination en cours.
- MANETTA, C., URDAPILLETA, I. 2011. *Le monde des odeurs. De la perception à la représentation*. Paris : L'Harmattan.
- MAXIM, L., 2009. « Du métadiscours aux métaconnaissances : Quand l'expertise sensorielle se forge dans la parole », in *Le sentir et le dire. Concepts et méthodes en psychologie et linguistique cognitives*, édité par Danièle DUBOIS, Paris : L'Harmattan, p. 339-355.
- MONDADA, L. 1997. « Processus de catégorisation et construction discursive des catégories » in *Catégorisation et cognition : de la perception au discours*, édité par Danièle DUBOIS, Paris : Kimé, p. 291-313.
- MORANGE, S. 2009. « Expert ? Vous avez dit expert ? » in *Le sentir et le dire. Concepts et méthodes en psychologie et linguistique cognitives*, édité par Danièle DUBOIS, Paris : L'Harmattan, p. 131-150
- PARIZOT, A. 2013. « De la terminologie de l'énergie et des transports à l'ethnoterminologie appliquée à l'entreprise Michelin », in *Terminologie de l'énergie et des transports*, édité par Loïc DEPECKER, Paris : Société française de terminologie, p. 63-84.
- PARIZOT, A. 2014. *Le bibendum Michelin et ses bibles. Mystère et ministère d'un totem... sans tabous !* Paris : L'Harmattan.
- PETIT, G. 2018. « Le figement : une asymptote pour la constitution des terminologies ? » in *Figement et discours spécialisés*, édité par Laurent GAUTIER, Berlin : Frank & Timme, p. 27-55.

- RICHINS, M. L., 1997. « Measuring Emotions in the Consumption Experience » in *Journal of Consumer Research*, 24(2), p. 127-146.
- SAN MARTÍN, A., *et al.* (2017). « Recent Advances in EcoLexicon » in *Dictionaries: Journal of the Dictionary Society of North America*, 38(1), pp. 96-115.
- SHARIFIAN, F. 2017. *Cultural Linguistics*. Amsterdam : Benjamins.
- SCHWARZ, M. ²1996. *Einführung in die Kognitive Linguistik*. Tübingen, Bâle : Francke.
- SCHWARZ-FRIESEL, M. ²2013. *Sprache und Emotion*. Tübingen, Bâle : Francke.
- SCHWEPPE, C. 2016. « Schwarze Korken », *Der Spiegel* 26, p. 47.
- SINCLAIR, J. 1998. « Korpusstypologie. Ein Klassifikationsrahmen », in *Neologie und Korpus* édité par Wolfgang TEUBERT, Tübingen, Narr, p. 111-128.
- TEMMERMANN, R. 2000. *Towards new ways of terminology description: The sociocognitive-approach*. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins.
- TEN HACKEN, P. 2010. « The Tension between Definition and Reality in Terminology », in *Proceedings of the xiv Euralex International Congress*, Ljouwert : Fryske Akademy, p. 915-927.
- TEN HACKEN, P., 2015. « Terms and specialized vocabulary: Taming the prototypes », in *Handbook of Terminology, Band 1*, édité par Hendrik J. KOCKAERT et Frieda STEURS, Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins, p. 3-13.
- TEUBERT, W. 1996. « Comparable or Parallel Corpora? », *International Journal of Lexicography*, 9(3), pp. 238-264.
- TOGNINI-BONELLI, E. 2001. *Corpus Linguistics at Work*. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins.
- VALENTIN, D. *et al.* 2003. « Les mots du vin : experts et novices différents quand ils décrivent des vins ? », *Corpus* [En ligne], 2 | 2003, mis en ligne le 15 décembre 2004, consulté le 12 avril 2018. URL : <http://journals.openedition.org/corpus/36>.
- VAN LEEUWEN, C., SEGUIN, G., 2006. « The Concept of Terroir in Viticulture », *Journal of Wine Research*, 17(1), p. 1-10.
- WAGENER, A. 2012. « Le système interactionnel : connexions sémantiques et contextuelle relationnelle », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 7(2), p. 67-104.
- WILTON, A., STEGU, M. Éd., 2011. *Applied folk linguistics*. AILA-Review 24. Amsterdam : Benjamins.
- WÜSTER, E (1931). *Internationale Sprachnormung in der Technik, besonders in der Elektrotechnik. (Die nationale Sprachnormung und ihre Verallgemeinerung)*, Berlin, VDI.