

Montserrat Planelles Iváñez

La critique œnologique en espagnol : argot, langue de spécialité ou sociolecte?

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Romanica 10, 25-32

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Montserrat Planelles Iváñez

Université d'Alicante
montserrat.planelles@ua.es

LA CRITIQUE ŒNOLOGIQUE EN ESPAGNOL : ARGOT, LANGUE DE SPÉCIALITÉ OU SOCIOLECTE ?

“The Language of Oenological Critique in Spanish : Slang, Specialized Language or Sociolect?”

SUMMARY – The difference between jargon, slang and specialized language often becomes blurred in the case of professional discourse. The reason is to be found in the very nature of this type of discourse, as well as in the socio-professional characteristics of its users. After carefully analyzing a significant body of oenological criticism written in Spanish by experts and wine-tasting enthusiasts, this article concludes that professional language may be regarded as a type of social dialect that functions as a badge of identity among its users. The use of such a social dialect thus aims to facilitate communication and strengthen bonds among experts and wine-tasting aficionados, while excluding those who are not in the know.

KEYWORDS – specialized language, wine, oenological critique, metaphor

RÉSUMÉ – La frontière entre les jargons, les argots et la langue de spécialité parfois n'est pas évidente, surtout quand on observe les discours spécifiques des métiers. Cette contrainte relève non seulement de leur adaptation à la définition des caractéristiques de ces types de langages, mais aussi des discours où ils sont utilisés, des caractéristiques socioprofessionnelles des groupes qui les utilisent ainsi que du public auquel ils s'adressent. En me fondant sur un corpus espagnol d'expressions et de vocabulaire utilisés par des spécialistes et des amateurs de la dégustation du vin, notamment dans les médias, je me propose de faire une réflexion pour déterminer si ce corpus étudié peut être classé dans le domaine des argots ou des jargons ou s'il ne s'agit que d'un langage pseudolittéraire, dont la compréhension du sens est à la portée du grand public.

MOTS-CLÉS – langue de spécialité, vin, critique œnologique, métaphore

1. Introduction

La frontière entre les jargons, les argots et les langues de spécialité a été l'objet de nombreuses études et parfois n'est pas évidente dans le cas des discours spécifiques des métiers. Cette contrainte relève non seulement de leur adaptation à la définition des caractéristiques de ces types de langages, mais aussi des discours où ils sont utilisés, des caractéristiques socioprofessionnelles des groupes qui les utilisent ainsi que du public auquel ils s'adressent. En me fondant sur un corpus espagnol de vocabulaire et d'expressions utilisés par des spécialistes et des amateurs de la dégustation du vin, notamment dans les médias, je me propose de

tenter de déterminer si l'on peut classer dans le domaine des argots le vocabulaire et les expressions étudiés ou s'il ne s'agit que d'un langage pseudo-littéraire, dont la compréhension du sens est à la portée du grand public. Nous partons d'une réalité sociolinguistique : l'essor du tourisme œnologique ou œnotourisme dans la culture occidentale en général, en Europe et en Espagne en particulier. Le concept « tourisme vitivinicole ou œnotourisme » renvoie à la notion de la découverte du vin par des gens en situation de tourisme ou de loisirs. Il regroupe des activités comme les visites de caves, les routes des vins, les stages d'œnologie, les visites des musées et écomusées du vin, ainsi que la « mise en tourisme » des sites et des patrimoines liés au vin et à sa production.

2. Observation du corpus

Cette nouvelle sensibilité se manifeste aussi dans la vie quotidienne et le grand public est de plus en plus intéressé par le monde du vin, à tel point que les médias disposent d'espaces propres d'information et d'opinion sur la dégustation et le vin. Nous allons observer le langage utilisé dans le discours de la critique œnologique, notamment dans deux types de textes : d'une part, les textes de la dégustation proprement dite, et d'une autre les textes d'opinion. Cette observation a été faite sur Internet, sur des sites comme www.unpocodevino.blogspot.com/2008/03/el-lenguaje-del-vino.html; www.mivino.info; www.portalgastronomico.com.

Selon Armentia (2005 : 91–92), les caractéristiques sont différentes : les textes de la dégustation sont brefs, précis, nominaux, sans verbes, techniques, tandis que les textes d'opinion sont plus longs, avec des phrases verbales, plus fleuris et littéraires. Les deux ont en commun un auteur spécialiste, sommelier ou critique, un public aussi spécialiste ou amateur, mais au moins connaisseur, l'abondance d'adjectifs servant à décrire les vins, la présence de mots techniques, parfois obscurs pour un public non initié, et finalement l'évaluation critique et l'opinion.

La dégustation du professionnel a toujours un but commercial et elle est, donc, appréciative, mais on peut parler aussi de l'existence d'une dégustation technique, qui apparaît dans les publications spécifiques de ce secteur, et qui est plutôt analytique et décrit les caractéristiques du vin d'après les sensations qu'il provoque. Il s'agit, donc, d'une analyse sensorielle. *Catar* (« déguster ») est « boire », mais « en analysant les impressions ». Analyse sensorielle = *análisis sensorial*, analyse organoleptique = *análisis organoléptico* et dégustation = *cata*, sont presque des synonymes, avec certaines nuances. La dégustation se fait avec les sens, notamment avec la vue, le goût et l'odorat, et par conséquent, la subjectivité du dégustateur y est présente.

Il y a plusieurs types de dégustation. La dégustation analytique décrit le corps et l'équilibre du vin tandis que la dégustation hédoniste décrit le plaisir ou le mécontentement que l'on éprouve quand on le déguste. Finalement, la dégustation de préférence ou d'acceptation cherche à faire des études de marché parmi les consommateurs. On pourrait aussi ajouter d'autres types de critique, comme l'anglo-saxonne, la scientifique, la journalistique ou la littéraire, mais cela dépasse le domaine de notre analyse (Sancha González 2006 : 78).

Restons donc dans le domaine de la dégustation du professionnel, plutôt technique, et celle de la critique œnologique, qui se présente dans un cadre journalistique ou médiatique et devient presque littéraire.

L'étude des phases de la dégustation est très importante pour notre analyse, étant donné que la description du vin se fera par ordre de sensations et que le langage utilisé devra exprimer, de la manière la plus exacte possible, les caractéristiques visuelles, olfactives et gustatives du vin objet d'analyse (Sancha González 2006 : 80). Nous pourrions constater ainsi qu'il existe un vocabulaire de la dégustation plus ou moins standardisé et admis dans les principaux guides de vin ou dans les publications spécialisées « qui assure l'intercompréhension entre les acteurs sociaux concernés » (Lérat 2006 : 86).

3. Phases de la dégustation : phase visuelle

Dans cette phase, on analyse la couleur (*color*), l'éclat (*brillo*), la limpidité (*limpidez*) ou transparence (*transparencia*), la viscosité « les larmes, les jambes » (*viscosidad o lágrima, piernas*) et l'effervescence (*efervescencia*) (Sancha González 2006 : 80). Voici notre première observation : en espagnol, on dit que *el vino tiene piernas, lágrimas* et en français aussi, qu'il a « des larmes, des jambes ». À côté du terme technique *viscosidad* (« viscosité »), on trouve des synonymes métaphoriques faisant allusion au *cuero del vino* = au « corps » du vin. Et plus : *las piernas, las lágrimas* du vin ne se comprennent pas si l'on n'a pas été initié au monde de la dégustation. Pour l'utilisateur moyen, ces expressions sont tout à fait incompréhensibles. Dans les textes professionnels, on trouve ces expressions métaphoriques qui concurrencent les plus techniques : *Rojo picota, violáceo, cubierto y con lágrima teñida*.

L'aspect du vin est facilement descriptible grâce à l'objectivité des couleurs et des textures : le rouge est rouge, le vert est vert et le jaune est jaune. Les nuances s'expriment parfois d'une façon poétique, à l'aide de métaphores du type *brillante color caoba con tonos cobrizos y fondo rubí* ou *brillante color amarillo pajizo*. Mais l'intensité s'exprime avec une expression tout à fait spéciale du langage de la dégustation : on dit qu'un vin *tiene más capa, tiene capa alta* s'il est « plus foncé » et qu'il *tiene menos capa* s'il est « plus clair » : *Excelente color rojo picota, capa alta y lágrima teñida*.

4. Phases de la dégustation : phase olfactive

Elle se réalise par deux voies : la nasale et la rétronasale (Sancha González 2006 : 81). Cette phase est plus subjective car les odeurs sont intangibles. Si quelqu'un d'entre nous dit qu'un vin sent les pommes, qui peut le nier ? D'autre part, ce n'est pas si évident que les couleurs. En espagnol, on parle de *la nariz del vino* (McCarthy 2006 : 24). *Nariz* (« nez ») dans ce contexte est synonyme d'« odeur » = *olor*. Cette expression s'avère incompréhensible pour un amateur et, par contre, elle est habituelle dans les textes de la dégustation : *vino de gran nariz* veut dire « vin d'odeur intense ». *Percibir hierbas en la nariz del vino* veut dire que le « vin sent les herbes ». *El vino tiene nariz* = « le vin a une odeur », *la nariz del vino* = « l'odeur du vin ». Dans ce type d'expressions, on remplace *olor* par *nariz*, « odeur » par « nez », d'une façon métaphorique. Il faut remarquer que les professionnels et les amateurs du vin n'utilisent jamais le mot *olor* (« odeur ») parce qu'il est péjoratif. Ils parlent plutôt de *nariz* ou de *aroma* (« arôme ») et ils utilisent très fréquemment le gallicisme adapté à l'espagnol *buqué* (« bouquet ») (McCarthy 2006 : 24) : « Su incipiente buqué resulta ya complejo... De su seductor e incipiente buqué destacan los aromas de frambuesa, de casis, las notas especiadas y un sutil toque mineral ».

Si le nez n'est pas plaisant, on peut trouver des mots très expressifs de la mauvaise et désagréable odeur, tels que *petróleo* (« pétrole »), *estiércol* (« fumier »), *caballo sudado* (« cheval sué ») ou *azufre quemado* (« soufre brûlé »), qui expriment de façon superlative le refus des sens.

Revenons aux arômes des vins. Tout d'abord, nous devons remarquer que l'on parle plutôt de *aroma* (« arôme ») que de *olor* (« odeur »), car ces deux mots sont péjoratifs en espagnol et en français (McCarty 2006 : 24). Le vin peut sentir les fruits, et il est *frutal*, *aroma de nueces*, *almendras y avellanas tostadas*, *de orejones*, ou le bois :

Muy complejo en nariz, sobresalen los aromas de maderas nobles, de nueces, almendras y avellanas tostadas, de orejones, junto a los atrayentes recuerdos marinos.

Despliegue aromático inmediato: surgen como manantial sus frutillos del bosque, recuerdos de regaliz y notas especiadas con la madera muy bien integrada.

5. Phases de la dégustation : phase gustative

Dans la phase gustative, les saveurs et les arômes se mêlent. De même que le vin *tiene nariz*, le vin *tiene paladar* en ce qui concerne le goût. Le vin est *dulce*, *ácido o amargo*. Mais la richesse d'adjectifs dans cette phase est spectaculaire et elle est due aux arômes. Ainsi, on associe au vin des arômes de fruits, d'herbes aromatiques, de légumes, de terre, de fleurs, d'herbe fraîche, de feuille de tabac, de pain brûlé, de fumée, de café ou de chocolat.

Quand on dit qu'un vin est *dulce*, *seco* ou *semiseco*, on fait allusion à la saveur sucrée ou non sucrée du vin. Le seul adjectif utilisé dans son sens propre est *dulce*, car *seco* ou *semiseco* dans la langue générale veut dire « qui n'a pas d'humidité » et fait allusion à la texture. Voici donc un adjectif qui a acquis un nouveau sens dans le discours spécifique et qui, par conséquent, peut devenir obscur pour le non-initié. C'est une sorte de terme néologique, dans ce sens. D'autre part, quand on dit qu'un vin est *fresco* on veut exprimer qu'il a un « bon équilibre d'acidité » tandis qu'un vin *pesado* signifie le contraire. Ces deux adjectifs ont eux-mêmes un sens tout à fait différent dans la langue générale, car *fresco* fait allusion à la température et *pesado* au poids. Leur sens est donc ici également obscur pour un public non initié. Le troisième élément d'évaluation est *el tanino* (« le tannin »), mot technique qui dénomme la substance organique contenue dans la peau et les pépins des raisins (Wiesenthal 2001 : 799). Les niveaux de tannin déterminent aussi le degré de l'amertume ; ainsi, un vin est *astriigente*, *duro*, *aterciopelado* ou *suave*. Il est *astriigente* ou *duro* quand il contient un excès de tannins (*taninos*) ; on dit qu'il est *duro* aussi quand il a un haut degré d'acidité : voici un cas de polysémie dans le domaine spécialisé ; au contraire, il est *suave* ou *aterciopelado* quand les tannins sont presque inexistantes. Il y a là un autre exemple d'adjectif qui change de signifié dans le passage du discours général au discours spécialisé : *aterciopelado* est une métaphore de la douceur, synonyme dans ce contexte de doux (*suave*), étant au sens propre « d'une finesse et douceur semblables aux velours ». *Astriigente*, *duro* et *suave* s'utilisent avec le même sens général que dans la langue courante ou, au moins, avec une acception reconnue, comme c'est le cas de *duro*, dont le sens principal fait allusion à la texture dure qui empêche d'être labourée alors que sa quatrième acception dans le dictionnaire DRAE¹ est plus abstraite, car elle fait allusion à la qualité rugueuse d'une superficie ou âpre d'une saveur. Les qualités de douceur ou de dureté, dans ce contexte, concernent les « impressions » de texture transmises au moment de la dégustation du vin.

Los vinos tienen cuerpo, certains vins donnent une impression de plénitude, de poids même : on dit que *se pueden masticar* (« mâcher ») ; les autres sont légers, de densité moindre. Ainsi, le vin a *un cuerpo ligero*, *un cuerpo medio o pleno*, *carroso*, *o voluminoso* :

En boca resulta pleno y sabroso...Paso de boca que se desarrolla con profundidad, estructura casi de tinto, tacto opulento y fresca acidez que aporta viveza...Excelente estructura y paso de boca muy sabroso, amplio y fresco, con un tanino fino y trabajado que no deja atisbos de rusticidad y envuelve el ya perfumado paladar con pulcritud y expresividad.

De nouveau, nous sommes face à des adjectifs utilisés de façon métaphorique, car il est évident que les vins n'ont pas de corps mais de la densité : ils sont plus ou moins fluides. La métaphore commence dans la comparaison de la densité avec le corps, et les adjectifs descriptifs s'appliquent donc « au corps imaginaire

¹ <http://lema.rae.es/drae/?val=duro> (consulté le 14 février 2014).

du vin » et leur nature est, par conséquent, mesurable ou visible en termes de quantités concrètes comme s'il s'agissait d'un corps solide. On ne dirait jamais, de l'eau, par exemple, qu'elle est *carcosa* ou *voluminosa*.

Dans cette phase gustative, les arômes se mêlent avec les saveurs, car le nez est aussi en action pendant la dégustation et en contact avec la cavité buccale. En effet, les spécialistes préfèrent parler de « familles d'arômes » pour décrire celles du vin, même en ce qui concerne le sens du goût. Dans ce sens, toutes les comparaisons et métaphores sont admises (Courtier 1994 : 672–673 ; Quero 2008 : 207–208). Si le vin est fruité, il peut sentir les *frutas maduras, peras, albaricoque y recuerdos exóticos como el lichi, a lo que se añaden sutiles tonos florales y un buen equilibrio fruta/madera* : « surgen como manantial sus frutillos del bosque, recuerdos de regaliz y notas especiadas con la madera muy bien integrada ».

Si le vin est *terroso* (« terreux »), il sent les *setas* (« champignons »), *la tierra removida*, les *hojas secas* (« feuilles sèches ») ; il peut être aussi épicé ou d'herbes : « Un color atractivo, amarillo verdoso y muy vivo abre perspectivas a una nariz compleja, donde se funden los aromas de fruta carcosa, de manzana y flores con las notas de hierbas aromáticas, hinojo, piel de cítricos y especias ».

Tout un univers de sensations presque infinies est ainsi suggéré, celles-ci dépendant de la sensibilité du spécialiste et parfois de sa maîtrise du langage :

El final se balancea entre la pátina pizarrosa y el toque de cacao -o mejor chocolate amargo-, pero tan fino y leve que incita a repetir la experiencia inmediatamente.

Los originales aromas de este Monastrell se acercan más a los frutillos silvestres (mora, fram-buesa) que a los de algarroba -caroube- o higos, lo que aporta sensación de frescura; hay recuerdos tostados y especiados, y un toque mineral.

6. Dernière phase: l'évaluation finale

Finalement, après l'analyse exhaustive des qualités visuelles, olfactives et gustatives du vin, il faut donner son avis sur sa qualité. Celle-ci doit remplir les conditions requises de concepts tels que : *equilibrio* (« équilibre »), *longitud* (« longueur »), *profundidad* (« profondeur »), *complejidad* (« complexité ») qui deviennent mystérieux appliqués au vin. Un vin est, donc, *largo* ou *corto* : *su final, entre el gusto goloso y el elegantemente amargo, es largo, muy largo*, ou plein d'harmonie : *tiene un final espléndido, pleno de fruta y armonía*, ou *equilibrado*. Que veut dire qu'un vin est long ou court ? Le grand public ne peut pas comprendre ce concept appliqué au vin si l'on ne lui explique pas que la longueur est un terme qui s'utilise pour décrire qu'un vin se déguste tout au long du palais, ou bien reste à mi-chemin dans le procès de la dégustation (Wiesenthal 2001 : 260, 489) . Ainsi ces sens très précis des concepts et des qualités exprimés par les mots *longitud, largo y corto* restent obscurs et ambigus pour un public non initié.

Il en va de même en ce qui concerne la profondeur : un profane ne peut pas savoir qu'un vin *plano* (« plain ») est un vin déséquilibré à cause du manque d'acidité (Wiesenthal 2001 : 655) ou que, par contre, un vin *profundo* est un vin équilibré dans son degré d'acidité. Ces adjectifs, dans le discours de la dégustation, ont un sens spécialisé.

La contrainte de l'espace ne me permet pas d'analyser toute la richesse de noms et d'adjectifs propres à ce type de discours, mais d'après les réflexions présentées, nous sommes déjà prêts à en tirer quelques conclusions.

7. En guise de conclusion

1. Les utilisateurs de ce type de discours sont des professionnels spécialistes dans le domaine : des œnologues, des sommeliers, des critiques œnologiques ou gastronomiques, qui s'adressent à un public, professionnel ou amateur, mais en tout cas, connaisseur.

La langue utilisée est spécialisée, surtout dans les textes techniques de la dégustation. Nous trouvons des expressions et des mots techniques correspondant à des concepts précis et spécifiques de la dégustation et de la critique œnologique, tels que *añada* (« millésime ») ou *crianza* (« élevage »), ou *tanino* (« tannin »), ou *tener capa alta*, ou *vino plano*, *vino profundo*, qui doivent être expliqués, car ils ont un signifié spécifique, précis et univoque.

D'autre part, il y a des substantifs et des adjectifs qui proviennent de la langue générale, mais qui deviennent spécialisés ou techniques quand ils acquièrent une nouvelle acception dans ce contexte, et par conséquent, ils doivent être expliqués aussi pour être compris. C'est le cas de nombreux noms et adjectifs qui sont utilisés de façon métaphorique comme : *cuero*, *alma*, *lágrima*, *aterciopelado*, *carroso*, *alegre*, *agresivo* ou propre : *graduación*, *levadura*, *linaje*, *avinagrado*, *carbónico*.

On peut parler donc de langue de spécialité, car ses usagers sont des spécialistes et leur langage est, donc, spécialisé.

2. D'autre part, le discours que l'on trouve dans les textes de la critique œnologique appartient au sous-genre journalistique d'opinion, et par conséquent, les licences stylistiques sont nombreuses : il s'agit plutôt d'une langue pseudo-littéraire. Elles répondent au caractère subjectif de la description des sensations – notamment des sensations olfactives et gustatives – et des caractéristiques globales du vin, qui *a priori*, sont appliquées à des concepts métaphoriques tels que l'équilibre, la longueur, la profondeur et la complexité, qui ont un sens précis et spécialisé, et par conséquent néologique dans ce domaine, car les mots désignant ces concepts acquièrent un nouveau sens dans ce contexte.

3. Pour finir, nous pouvons affirmer que la langue de la critique œnologique est, d'une part, une langue spécialisée grâce à la terminologie utilisée, grâce aussi

aux usagers de cette langue, qui sont des spécialistes, et grâce au type de textes spécialisés de la dégustation, écrits par des professionnels.

À notre avis, ce discours est, en quelque sorte, un jargon plein de métaphores, un sociolecte. Des expressions telles que : *el vino tiene piernas, lágrimas, el vino tiene nariz, el paladar del vino, el vino tiene cuerpo* nous montrent que le vin a été personnifié et par conséquent, toutes ou presque toutes ses caractéristiques vont être décrites en termes de métaphore fondée sur la personnification du vin. Pour d'autres expressions, il faudra en connaître *a priori* le signifié pour bien comprendre leur fonctionnement dans ce type de discours. Et c'est dans ce sens que l'on peut parler d'un argot de métier ou, dans un sens plus large, d'un sociolecte à fonction identitaire compréhensible pour des spécialistes et des amateurs, mais qui n'est toujours à la portée du grand public.

Références bibliographiques

- Armentia José Ignacio., Caminos, José Maria, Marin Flora., « El lenguaje de la crítica enológica en la prensa española: El País, El Semanal (Vocento) y Magazine (Godó-Prensa Ibérica) », *Zer*, 19, 2005, p. 89–125
- McCarthy Ed & Ewing-Mulligan Mary, *Vino para Dummies*, Barcelona, Granica, 2006
- Courtier Martine, « Tropes et termes : Le vocabulaire de la dégustation », *Meta*, XXXIX, 4, 1994, p. 662–675
- Quero Serafín (éd.), *El Vino. Historia, Arte, Literatura*, Revista Litoral, n° 245, Málaga, 2008
- Lerat Pierre, « Dénominations spécialisées, connaissances professionnelles et connaissances linguistiques en terminologie. Le cas du vin », en Ibáñez y Sánchez (coord.), *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2006, p. 85–99,
- Sancha Gonzales Juan Carlos, « La cata del vino y su terminología », in Ibáñez Rodríguez Miguel & Sánchez Nieto María Teresa (coords.), *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2006, p. 77–84
- Wiesenthal Mauricio, *Diccionario Salvat del vino*, Barcelona, Salvat editores, 2001

Sitographie

- www.mivino.info
- www.portalgastronomico.com
- <http://unpocodevino.blogspot.com/2008/03/el-lenguaje-del-vino.html>
- <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>