

QUAND LE VIN SE FAIT CHAIR : LIMINALITÉ ET PERFORMANCE DISCURSIVE

Anne PARIZOT¹ et Benoît VERDIER²

Le vin, ce produit élaboré par l'homme, représente à lui seul un lexique riche que glossaires, dictionnaires et autres supports n'hésitent pas à diffuser, en s'adressant aux experts, amateurs et novices. La description visuelle, olfactive et gustative d'un vin puise son originalité dans l'emprunt à la figure humaine ou à ses attributs tout en conservant une part de sacré. S'appuyant sur un corpus spécifique, cet article analyse les occurrences anthropomorphiques pour montrer comment ce lexique convoque singulièrement la notion de liminalité³ permettant la construction successive de formes singulières propres à chacun, de dessiner une « épaisseur » au vin, en répondant à des situations de consommation et de dégustation. Cette approche s'inscrit dans une démarche communicationnelle fondée sur les sciences de l'information et de la communication afin de définir un sensible qui prend forme dans le cadre de la dégustation.

1 Anne Parizot est associée au laboratoire CIMEOS (Communications, Médiations, Organisations, Savoirs), de l'Université de Bourgogne Franche-Comté.

2 Benoît Verdier est chercheur au Centre d'Études et de Recherches sur les Emplois et les Professionnalisations (CEREP) de l'Université de Reims Champagne Ardenne (URCA).

3 Notion développée par l'anthropologue Victor Turner (1990) dans ses travaux sur le rituel, la liminalité qualifie un entre-deux, un moment intermédiaire dans lequel se trouve un individu qui a laissé un premier état (statut) sans avoir accédé à un second.

Introduction

Depuis quelques années, gastronomie et œnologie connaissent un engouement particulier. Il se traduit par un phénomène de médiatisation important des acteurs (chefs et vignerons), des produits qui deviennent des sujets d'étude. Le vin suscite un intérêt particulier dans la société car il constitue un phénomène de socialisation. Certes, il représente un enjeu économique mais il correspond également à une certaine réalité de la vie en société avec ses amateurs – éclairés ou non –, ses passionnés, ses collectionneurs, etc. Le vin se déguste, s'apprécie en termes de description visuelle, olfactive et gustative. En effet, il s'agit aujourd'hui de s'exprimer, de verbaliser autour de la dégustation pour dévoiler ressentis, sensations ou émotions. Le mot *dégustateur* existe dans la langue française depuis le XVIII^e siècle et libère la verve et le verbe des dégustateurs (Moutat, 2015) grâce à la diversification et à la complexification des vins (développement des techniques de viticulture, naissance de grands crus). Les premiers commentaires de dégustation apparaissent et l'agronome Maupin propose une quarantaine de « mots du vin » en 1779 dans son ouvrage *l'Art de la vigne*. Ce lexique n'aura de cesse de se développer : on dénombre 450 descripteurs en 1962 chez Féret⁴, et deux fois plus en 1972 chez Vedel⁵.

Savoir parler du vin et sur le vin constitue dorénavant une expérience sociale (Reckinger, 2012). Le glissement du concept de consommation vers celui de dégustation a motivé un discours spécifique. Formations, écoles, cours du soir, blogs, forums etc. ont vu le jour pour satisfaire les différentes attentes. Pour livrer ses impressions ou émotions, l'expert, l'amateur s'appuient sur un vocabulaire spécifique. Si nombre de lexiques, glossaires ou dictionnaires ont fait leur apparition, Moutat (2015) signale qu'il n'existe pourtant pas, à ce jour, de véritable dictionnaire de « langue du vin » et de nombreux progrès lexicologiques restent à faire. Pourtant, nous retiendrons l'ouvrage d'ampleur de Martine

4 *Dictionnaire du vin*, sous la direction d'Y. Renouil, Éd. Féret, 1374 p.

5 A. Vedel, G. Charles, P. Charnay, J. Tourmeau, *Essai sur la dégustation des vins*, Mâcon, S.E.I.V., 1972.

Coutier (2007) dont le titre et la forme même révèlent un dictionnaire de la langue du vin riche de près de 800 termes conjugués à une solide analyse lexicographique. Néanmoins, reconnaître une langue du vin est déjà en soi reconnaître un espace clos qu'il convient d'ouvrir afin d'en mesurer toute l'étendue et l'étudier.

Le vocabulaire de la dégustation fait appel à une large palette de termes regroupant des descripteurs liés à la texture, à l'apparence. Il emprunte à la nourriture des termes assez évocateurs pour caractériser les goûts et saveurs de la dégustation. Paradoxalement, cet aspect protéiforme laisse singulièrement deviner un vide lié à la pauvreté du vocabulaire du goût, des odeurs. Aussi, les descriptions sont souvent abordées par l'intermédiaire de figures – métaphore et métonymie le plus souvent –, d'images qui transportent l'esprit dans un imaginaire particulier et font des descripteurs un univers haut en couleurs. En outre, les termes les plus usités sont empruntés à d'autres domaines sémantiques parmi lesquels : l'être humain, la spatialité, la construction et le contenant. Totalement intégrés socialement par les dégustateurs, ils deviennent des catachrèses⁶. Martine Coutier note que

parmi les champs métaphoriques qui fondent la terminologie dégustative, celui de l'anthropomorphisme est certainement le plus ancien et le plus productif. L'image corporelle suggérée par le vin remonte à l'Antiquité [...] reprise au Moyen Âge par les auteurs de textes œnologiques dans lesquels le vin est personnalisé et paré de qualités humaines physiques et mentales (2007, p. 28).

L'usage du phénomène d'anthropomorphisme dans le domaine vinicole semble central.

Étudiant la métaphore dans le discours œnologique par le biais de l'approche cognitive de Lakoff et Johnson, Loredana Amoraritei soutient que, de l'ordre de la pensée et non de la langue, les métaphores sont conceptuelles (2002). L'auteure souligne la pauvreté du vocabulaire dit profane, qu'elle limite à l'expression des quatre saveurs révélées par Brillat-Savarin, par rapport à la richesse du

6 Procédé rhétorique qui étend l'emploi d'un terme au-delà de ce que le permet son sens strict. <http://www.cnrtl.fr/definition/catachrèse>

vocabulaire de l'œnologie qui doit pouvoir rendre compte de la subtilité des vins et suggère qu'« il conviendrait donc de ranger toutes les expressions métaphoriques sous le pouvoir génératif de la métaphore conceptuelle *le vin est une personne*⁷ » (Amoraritei, 2002, p. 15). Le discours anthropomorphique œnologique soulève plusieurs questions qui, du reste, s'appliquent plus largement au discours œnologique. Du fait de la porosité des frontières entre discours scientifique et discours technique pratiqué par des experts et appréhendé par les connaisseurs et amateurs voire non-initiés se pose la reconnaissance du statut du langage œnologique. Le vocabulaire utilisé apparaît donc à la fois dans l'usage courant ou la langue générale mais également dans les discours experts. En effet, le discours terminologique envisage les mots comme des « termes », les rattachant ainsi à des langages de spécialités, généralement monosémiques qui ne peuvent exister dans un langage figuré. Pourtant, de nombreux ouvrages traitent de la métaphore en œnologie et la reconnaissent comme telle, « corps » ou « robe du vin », sont des exemples communément admis par la plupart des publics (œnologues ou non).

Sur quels éléments s'appuie l'architecture du discours œnologique ? Pourquoi utiliser ces désignations en rapport avec l'homme au point de vouloir lui ressembler ? Comment s'organisent les relations entre les éléments de description, de caractérisation et de dégustation en relation à l'anthropomorphie ? Cet espace figuratif singulier renvoie-t-il à un plan de projection spirituelle pour *in fine* proposer une rencontre entre l'âme du vin et celle du dégustateur ?...

Pour répondre à ces interrogations, nous envisageons de déterminer les liens qui ancrent et sous-tendent ces ensembles afin de voir sur quels éléments il est possible de justifier de tels emplois. C'est à ce sujet que nous proposons de construire une architecture du lexique œnologique anthropologique dont nous voulons montrer l'ampleur, lexique qui s'appuie simultanément sur un discours expert ou profane brouillant ainsi les références. L'analyse qui en résulte, repose sur une étude sémiologique et linguistique d'un

7 C'est l'auteure qui souligne.

corpus⁸ constitué à partir de supports de nature différente : glossaires, lexiques multilingues présents sur internet et articles scientifiques, commerciaux et littéraires sur le vin ou blogs réunissant des communautés de consommateurs. Ces sources (du discours expert au discours profane) ont permis de faire émerger d'une part des catégories à choisir dans le lexique du vin, et d'autre part une organisation de ces termes sur deux axes reposant sur des formes plus ou moins développées d'anthropomorphisme doublées de personnification.

Dans un premier temps, nous présenterons succinctement une cartographie des descripteurs saisis dans le corpus afin de mettre en exergue certains résultats. Nous verrons que le rapport entre le vin et l'homme se manifeste particulièrement à travers la métonymie et en filant les métaphores fondées sur les ressemblances avec l'Homme, le vin prend corps (métaphore) et devient chair (métonymie). Puis, sera examiné le champ du sacré par l'appel à la verticalité du discours sur le vin. Au terme de ce travail, l'ensemble de ces éléments sera alors considéré à l'aune de la notion de liminalité.

1. Cartographie des traits descripteurs

La variété des discours sur le vin fait état de l'utilisation d'un nombre important de descripteurs qui impose de concevoir une classification, une organisation conceptuelle. Pour définir le caractère anthropomorphique du vin, nous nous appuyons sur deux axes caractérisant l'être humain : le physique et le caractère. En évoquant ce dernier, nous associons légitimement le mot « esprit » qui appartient à la même sphère sémantique.

Ainsi, s'élabore la relation métonymique et métaphorique entre le vin et l'homme : la métaphore du corps est étendue à une série d'attributs qui s'organisent eux-mêmes en réseau synonymique. Il convient d'élargir ces axes par contiguïté à des termes comme « dentelle, corsage » qui se rapportent à des détails vestimentaires et

8 Nous donnerons en annexe la liste des sources retenues dans le cadre de cette étude. Le corpus constitué représente une centaine d'occurrences mais, même si leur nombre peut paraître important compte tenu de la dimension restrictive liée à la notion d'anthropomorphisme, il ne prétend pas à l'exhaustivité.

2. Une métonymie performative

La dégustation est un moment privilégié du discours œnologique qui permet le recours au langage figuré. Ricœur (1975) analyse la métaphore et l'envisage comme un phénomène performatif qui permet de passer de la normativité à de la violation de la norme tout en considérant que ces deux phénomènes sont finalement dans le prolongement l'un de l'autre. Dans ce contexte, la métonymie devient performative en ce qu'elle est capable de produire un monde par relation de contiguïté.

Les cinq sens sont diversement représentés dans ce discours. La vue laisse apprécier la nature du vin (Blanc/Rouge/Rosé) et les nuances qui se dégagent renseignent sur l'origine du vin, que complète le message contextuel (étiquette, contre-étiquette). L'ouïe est peu représentée, si ce n'est lorsque le bouchon saute ou encore le bruit que font les bulles. Les sensations en bouche et dans l'œsophage sont associées au toucher, mais également suggérées visuellement par des termes comme « dentelle ». Le goût permet d'apprécier les saveurs de base. Enfin, l'odorat évoque les souvenirs et véhicule ainsi de nombreuses images mentales.

Tous les sens conduisent à la création d'un vocabulaire s'adaptant aux étapes de la dégustation : d'abord l'examen visuel, puis olfactif, et enfin gustatif. Chaque phase de l'analyse sensorielle – robe, nez, bouche – se voit attribuer une terminologie spécifique regroupant ses propres descripteurs. Ainsi, un site commercial construit sa publicité sur les caractéristiques suivantes :

La cuvée *La Grande Chevalerie 2014* du Château *La Varière* possède une robe sombre de couleur pourpre. Le nez nous dévoile des saveurs gourmandes de **fruits noirs bien mûrs** accompagnées d'une note de balsamique au second nez qui rend le tout plus onctueux. La bouche est élégante, la réglisse côtoie les pointes de fruits noirs pour exprimer une superbe complexité¹¹.

11 https://grandsvins-prives.com/3494-chateau-la-variere-la-grande-chevalerie-2014.html?utm_source=target&utm_medium=e-mail&utm_name=16_09_17_FAV_derniere_semaine.

Les labels reprennent eux aussi le lexique anthropomorphique comme par exemple : « Le généreux » qui correspond à un « j'aime les blancs secs briochés et épicés », ou encore « Le Charnu » qui souligne « un rouge tout en rondeur »¹².

Les éléments caractérisant la description et/ou la dégustation sont généralement intimement liés. Évaluatifs, positifs (pour les discours commerciaux) ou négatifs, ils révèlent un univers sensible qui traduit des émotions et sensations et les champs sémantiques qui s'y rattachent sont ciblés. La robe est « belle » ou « très belle », le second nez succède au premier... Le vin ne se cultive pas mais s'élève comme un enfant. Aussi, Laurette Château (2009, p. 24) souligne qu' :

il est perçu comme une naissance. [...] les producteurs “ont conçu” ou “ont la joie d’annoncer la naissance de” tel vin. [...] Le vin ne se fabrique pas, ne se cultive pas, mais “s’élève”, et tel un enfant [...] “le vin doit encore s’assagir”, ou comme dans le ventre de la femme avant l’enfantement, il est dit qu’il doit “s’arrondir”.

3. Quand le vin se fait chair

Une singulière richesse des champs lexicaux apparaît : sensoriel, sensuel, charme, social. Le vocabulaire fait état de caractéristiques liées à des qualités ou à des défauts. Celles-ci, appartiennent à différentes isotopies (olfaction, alcool, consistance, etc.), correspondant également à des caractéristiques humaines comme « gras, vieux ou chaleureux ». À nouveau, la majorité des termes utilisés sont positifs et plutôt valorisants. Ils caractérisent de façon équilibrée le corps et l'esprit, cependant il semblerait que les éléments négatifs caractérisent plus particulièrement le caractère et l'esprit du vin. En considérant la figure 1 sur le positionnement des descripteurs, nous remarquons un nombre plus important de descripteurs négatifs relatifs au caractère. Cependant nous ne pouvons pas faire de cette remarque une généralisation puisque notre corpus n'est pas exhaustif.

12 <http://www.lepetitballon.com>. En annexe des exemples de fiches de ce site.

Les termes liés au corps (présents dans le dictionnaire de l'Académie française en 1694) incarnent le vin et soulignent l'aspect matériel de celui-ci. Ils représentent des parties constitutives du corps et peuvent avoir des synonymes : la « chair » et le « corps » mais aussi le « squelette » (l'« ossature »), la « colonne vertébrale », la « cuisse » et la « jambe », le « nez ». Certains désignent des éléments produits par le corps : les « larmes » (ou « jambes »¹³) pour parler des gouttes transparentes laissées par le vin sur les parois du verre, lorsqu'on le fait tourner. Il correspond à une phase d'observation (et non de dégustation) et auparavant le terme de « chapelet » était aussi employé¹⁴. Il s'agit d'un être de chair et de sang, un être vivant qui connaît les cycles de la vie : il est « jeune », « vieux », « vert », « chenu ». Certes, ces adjectifs ne sont pas exclusivement liés à l'homme, mais ils contribuent à créer ce halo métaphorique et entretiennent ces isotopies spécifiques.

La corpulence, la carrure et la chair du vin sont soulignées par des adjectifs dérivés comme « charnu, charnel » ou descriptifs comme « charpenté, massif ». Ils soulignent la métaphore architecturale ou spatiale et donnent également de la profondeur. Des formes et un relief apparaissent laissant place à l'imaginaire qui renvoie à nouveau à cette matérialisation. De fait, ce corps présente des caractéristiques « il est souple, gracieux et distingué ». Si les dictionnaires de langue française ne retiennent pas le terme « chair » ou « charnu » avec le sens œnologique, Athénée, écrivain grec du III^e siècle, disait déjà que le vin de Marseille était *sarkôdès* (charnu) et les Romains avaient des adjectifs équivalents : *vinum carneum, carnosum* »¹⁵. La chair du vin correspond à sa matière, sa consistance. Lorsqu'il perd sa chair, il est amaigri ou décharné.

Des éléments connexes liés au caractère anthropomorphique sont également remarquables. Le vin se pare d'une robe – soulignant alors un côté féminin qui reste peu affirmé mais qui était

13 On ne confondra pas « jambes » qui renvoie à une image visuelle et « cuisse » utilisée pour qualifier un vin bien en chair, consistant, puissant et qui est donc du domaine du goût. <http://www.wineandthecity.fr/2014/11/179-mots-du-vin-les-jambes-ou-la-cuisse>.

14 <http://www.labivin.net/article-les-jambes-ou-larmes-du-vin-114597476.html>.

15 http://www.labivin.net/article-la-chair-du-vin-55343730.html?utm_source=_ob_email&utm_medium=_ob_notification&utm_campaign=_ob_pushmail.

aussi le vêtement des ecclésiastiques au rôle déterminant dans l'univers du vin – ou de dentelle – isotopie qui sera développée par des adjectifs comme « soyeux », etc. évoquant la volupté, le plaisir. De même, par métonymie, la locution verbale « avoir de la mâche » sert à exprimer le fait qu'un vin est riche en tanin, qu'il a du corps, qu'il affiche une certaine puissance. Il présente une densité importante en bouche, ce qui lui vaut l'impression qu'il serait possible de le mâcher.

De plus, cet « être » est un être parlant ; il « s'exprime », il est « expressif ». Cette dernière caractéristique fait le lien entre le corps et l'esprit, entre le matériel et l'immatériel et lui attribue définitivement ce caractère humain, s'il en était encore besoin. Il peut être « bavard », « muet » etc. Le vin est alors un agent et, comme nous le verrons plus loin, il se confond sans doute là encore par métonymie avec celui qui le boit et qui pourra s'exprimer sur les qualités de ce vin et ses sensations.

Son expression se poursuit et s'affirme également par des traits de caractère, qu'il soit « aimable », « sincère » ou « revêche » et « racoleur ». Elle « déborde » enfin sous les traits d'un être social qui s'appréhende sous des traits particuliers (à la fois physiques, moraux et aussi sociaux) : ainsi le vin est « rustique » ou « noble » et « aristocratique ». Évoquant le plaisir et le caractère hédonique de la dégustation, la sensualité voire l'érotisme s'invitent dans les propos. Le vin est alors « charmeur », « caressant » ou « suave ». Ces caractéristiques riches en images créent des imaginaires propres à chaque amateur.

Donner une consistance à cet élément liquide suscite un rapprochement charnel marqué au point de constituer une incarnation totale et parfaite de l'image humaine. Être vivant par excellence, il s'empare de la complexité physique et morale qui rejaillit dans le vocabulaire en tissant des réseaux sémantiques et isotopiques ouverts.

4. De la verticalité : Le vin, l'Homme et son rapport au sacré

Certaines dénominations sont en relation avec le sacré (*Lacrime Christi*). Évelyne Malnic (2015) développe la relation du vin et du sacré en montrant que vin et divin sont liés dans l'imaginaire. Selon l'auteure, la dimension religieuse évidente du vin parvient avant même qu'il ne soit un élément culturel et économique. Le vin se charge d'un imaginaire qui prend forme dans le discours entre dicible et évocation, voire dicible et indicible, entre le dehors et le dedans (de l'incorporation) : « un domaine moins tangible, plus spirituel, le domaine de l'information non perceptible par les cinq sens, le domaine de l'émotionnel, de la communication du sacré et du religieux » (Immélé, 2014, p. 38-39). Le « cœur » permet de mettre en avant les notions de « tendresse », de « chaleur » et d'« amour » tandis que l'âme soulève le voile du mysticisme, c'est-à-dire un état de plénitude, d'extase. Ainsi la diagonale « âme/esprit » va du « mysticisme » à l'« intelligence » sans pour autant exclure l'« extase » ou l'enthousiasme (Boutaud, 2014 : 3). L'âme ne correspond à aucun élément définissable en termes de qualités ou de défauts. Néanmoins, Jean-Jacques Boutaud (2014) retient trois dimensions anthropiques par lesquelles le vin prend forme et s'incarne : « temps et cycle de vie », « espaces et terroirs », « vin et vie ». La substance « vivante » mise en valeur permet un va-et-vient entre la matière qui incarne une ou des formes et le discours abstrait qui s'appuie sur des concepts. Ainsi, le « cœur » et l'« âme » affirment le caractère anthropique qui tend à matérialiser une immatérialité sensible.

En réalité, si le caractère anthropique et anthropomorphique est solidement attaché au vin par l'intermédiaire d'un vocabulaire riche, le caractère spirituel et sacré est présent par l'imaginaire suscité par le vin et le potentiel figuratif qu'il représente. Ainsi, le lexique sert d'ancrage. Les figures anthropomorphiques soulignées par la métaphore et la métonymie sont omniprésentes et constitutives de ce vocabulaire. D'ailleurs, Vico (1725) dans sa *Scienza nuova* faisait déjà remarquer que de nombreuses expressions désignant des choses s'appuient sur un vocabulaire emprunté aux

dénominations du corps humain comme les « yeux de la vigne ». Il souligne ainsi que ces multiples emprunts sont présents dans de nombreuses langues et justifie ainsi ces emplois : cela démontre d'autant plus la vérité de cet aphorisme « l'homme ignorant fait de lui-même la règle de l'univers ». Si peu de mots rendent compte de ce niveau spirituel, seule « l'âme » semble le définir tout entier mais le syncrétisme et le lien consubstantiel qu'entretiennent « non physique, physique et métaphysique » construisent un triptyque corps/âme/esprit inférant du spirituel (Boutaud, 2014) qui se situe à ces trois niveaux.

Le symbolique profane relevant du corporel semble marquer le pas sur le spirituel. Mais c'est précisément parce que ce spirituel, ce mysticisme est « au-delà » : au-delà des mots, au-delà du corps. Le pouvoir de « transmutation *ex nihilo* »¹⁶, évoqué par Barthes (1957) fonctionne à plein. Le vin possède le pouvoir de mettre en tension l'ensemble des éléments qui interagissent et ouvrent totalement l'imaginaire. Le lexique anthropomorphique laisse au final peu de place à la dimension spirituelle et religieuse, celle-ci contourne l'espace du langage, mais le vin lui-même voire son évocation crée un espace particulier.

5. Liminalité et performance discursive

Au terme de ce travail, reprenons les éléments mis en exergue à partir des descripteurs liés à l'anthropomorphie. C'est donc dans la métonymie que s'ancre en premier le rapport entre le vin et l'homme, par la continuité du travail et le processus de transformation de la vigne en vin. La métaphore fondée sur les ressemblances avec l'homme est forte : elle passe d'une part par la main de l'homme – premier élément physique matériel – et, d'autre part par l'esprit humain – premier élément immatériel –. De plus, le discours est manifestement marqué par des phénomènes temporels qui reposent sur l'activité de l'homme : d'abord, ce temps

¹⁶ Le vin est une boisson totem et une substance qui a pouvoir de transformer ou retourner les situations, les états, de faire d'un silencieux un bavard par exemple, à qui on reconnaît une certaine hérédité alchimique et un pouvoir philosophique de transmuter ou de créer *ex nihilo*.

magique de la naissance du vin, où l'homme devient ici le « Père » avec cette relation au sacré, puis la temporalité de la dégustation, instant de réenchantement qui donnera lieu à un vocabulaire définitoire et désignationnel afin que l'amateur, l'initié puissent faire part de leur expérience.

Le discours sur le vin tente de rendre toute la subtilité présente dans ce corps vivant qui se traduit par un vocabulaire anthropomorphique riche et abondant, déployant sa dimension figurative entre palpable et spirituel, du plus profond de la terre au plus haut des cieux. Partagé entre métaphore, si on en reconnaît l'existence et métonymie, le discours suggère et invite à une expérience tant gustative que spirituelle. Celle-ci est d'autant plus profonde que le vin et sa figurativité jouent sur des contrastes, des oppositions et antonymies fortes : le « liquide » s'affirme et s'incarne dans le solide, l'immatériel renvoie au matériel, la féminité du vin (« robe, corsage ») croise la virilité (« charpenté », « solide »). Il s'inscrit alors dans une binarité humain/divin, masculin/féminin, solide/liquide, sacré/profane, verticalité/horizontalité etc. et leur co-occurrence traduit la relation triptyque du corps, de l'esprit et de l'âme.

Nous assistons alors à une transgression sensorielle qui confère à l'univers œnologique cette dimension palpable et pourtant insaisissable d'autant plus significative et riche de sens qu'elle superpose des relations sémantiques entre discours expert et discours profane. Ces relations sémantiques en œnologie ne recouvrent pas toujours exactement celles du discours de langue générale et les connotations qui y sont rattachées sont donc différentes. Le vocabulaire œnologique ayant recours à la description anthropologique s'appuie sur le vocabulaire courant de la langue. Ces mots, concrets le plus souvent, agissent par transformation et transfiguration sur les représentations et évocations, mais tous ne sont pas reconnus dans les dictionnaires généraux (par exemple « chair »). Ils constituent un réseau synonymique important jouant sur les subtilités de la langue et créent des alliances à l'image de l'homme et de la vigne qui s'offrent au partage dans la dégustation du vin dans un espace et une temporalité « divine », une forme de mysticisme. Comme si l'expérience de la dégustation dans le dis-

cours permettait une communication directe et personnelle avec un au-delà. Le tout en réalité reposerait alors plutôt sur l'accord Homme-Vin plutôt que celui Mets-Vin.

La vie du vin se mesure à la vie d'un être humain et s'élabore selon trois temps : passé, présent et futur, temporalité passant ainsi de ses potentialités à son anéantissement (du fait de son ingestion) par différents degrés. Le vin est aussi la conjonction et la fusion d'un atome de terre et de climat que viennent subtilement irriguer l'atome du travail et de l'intelligence de l'homme¹⁷. Entre matière et lumière, le vin représente une relation pleine et vivante entre quête de sens et quête des sens, quête de soi-même et dépassement de soi pour une fusion qui transcende l'expérience gustative et ouvre les portes d'un au-delà magique, de l'altérité.

Cette idéalisation du vin (dans le moment de la dégustation) en lui attribuant un corps, un caractère, une personnalité, des titres de noblesse associés au Sacré et à cette relation au temps n'est pas sans rappeler la notion de liminalité développée par l'anthropologue Victor Turner (1990) dans ses travaux sur le rituel. Définie comme un état de transition, de médiation comme suspendu dans le temps, la liminalité est un état intermédiaire éloigné de la réalité tout en y étant solidement ancrée. La liminalité se présente alors comme le champ de tous les possibles et favorise aussi bien l'introspection que des conversions radicales voire l'apostasie. Et l'auteur associe à cette notion celle de performance représentant le moyen de réalisation d'une réécriture de la situation.

Considérée dans ce moment de dégustation, expérience singulière de l'acteur, cette notion s'avère fructueuse. Au moment de la dégustation et de la mise en discours de cette expérience gustative, c'est donc une performance discursive qui s'ouvre au dégustateur. Loin de se conformer à un seul *topos*, le lexique anthropomorphique est alors une source créatrice infinie proposant moult variantes de discours autorisant un rapport à soi mais également

17 Cette dimension ontologique du temps est largement soulignée par Michel Onfray (2009) dans son ouvrage *Les formes du temps. Théorie du sauternes* ou dans une conférence de 2016 intitulée « Les formes liquides du temps ». Il rappelle que vouloir un vin... c'est lui donner corps et âme, grandeur et hauteur (<http://upc.michelonfray.fr/wp-content/uploads/2016/01/Cosmos-3.pdf>).

à l'autre : à la fois se réaliser (pouvoir être soi) et constituer une manière de se définir dans cette relation. Le lexique sert alors de médiateur entre soi et l'autre : une altérité (le vin comme acteur anthropomorphisé) qui, comme nous l'avons vu, peut être envisagée par exemple comme une « mère » nourricière ou reproductive, comme un « père » tutélaire etc. Il permet à un individu d'investir un état intermédiaire, un « entre-deux » : cette résonance entre un monde imaginaire où tous les sens sont mis en activité et une réalité, celle de la dégustation.

La fonction sociale du discours œnologique relève alors d'une logique flottante, d'une logique dialogique qui s'apparente à ces notions de liminalité, de performance et de réflexivité, auxquelles a abouti la théorie anthropologique de Victor Turner, en raison de leur capacité à structurer un (nouveau) texte. Évoquant l'origine anthropologique liée à la notion de rituel, l'ensemble des descripteurs anthropomorphiques associé à la dégustation semble proposer une sorte de lévitation discursive offrant un moment de transcendance.

Conclusion

Nous l'avons dit, le discours sur le vin s'affirme comme l'expression d'une expérience à la fois sensorielle et esthétique où la synesthésie est largement présente. La dimension expérientielle se joue de l'intérieur avec une valorisation polysensorielle qu'il s'agit de verbaliser. Le lexique favorise une sorte de déconstruction/reconstruction du discours et facilite un passage, une transgression qui marque le rapport du sujet à la société. Cette labilité, cette valence du lexique préfigure cette performance discursive qui fait largement écho à la forme modale développée par Boutaud (2018, à paraître) :

En perspective modale, notre image du vin se forme à travers toute une série de variations, d'écarts, d'un pli figuratif à l'autre. Non pas une trajectoire linéaire, une séquence programmée, mais un déploiement sensible, procédant de prises de forme successives qui relèvent, en dernière instance, d'une forme de vie composant

avec le vin, selon un style propre et à tout niveau d'investissement voulu : consommation ordinaire, mondaine, raffinée, festive, etc.

Le sujet ne se situe plus dans l'action mais dans la modalité de l'action¹⁸ dans la manière d'être avec le vin, avec le vin et les autres mais également avec soi-même. Avec ce lexique étudié ici, chaque dégustateur peut parvenir à donner son style discursif à son expérience.

Selon nous, cette liminalité du discours sur le vin permet à chaque sujet d'apporter sa touche singulière dans une forme pré-construite pour s'affilier ou se différencier des autres. Cette mise en mots dans un rapport réfléchi avec les sens de ce moment particulier de la dégustation d'un vin traduit une expérience du sensible réflexive inattendue, car elle n'est pas préméditée. Elle souscrit à la création d'un mode d'être personnel, individuel et singulier dans une théâtralité du social.

Références

- Albert, J.-P. (1989). La nouvelle culture du vin. *Terrain* 13, 117-124. Doi : 10.4000/terrain.2961.
- Amararitei, L. (2002). La métaphore en œnologie. *Metaphorik.de*. Disponible à : http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/03_2002_amararitei.pdf.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris : Seuil.
- Boutaud, J.-J. (2018). Sémiotique, marketing et communication sur une trajectoire modale. Dans A. Biglari & N. Roelens (Éd.). *La sémiotique et son autre*. Paris : Kimé (à paraître).
- Boutaud, J.-J. (2016). Le vin et l'éveil des sens. L'expérience du goût en partage. *Hermès, La Revue* 74, 110-119.
- Boutaud, J.-J. (2014). L'émotion gustative et spirituelle. Le vin, l'âme et l'émoi. *Degrés* 158, 1-14.
- Boutaud, J.-J. & Dufour, S. (2013). Extension du domaine du sacré. *Question de communication* 23, 7-30.
- Boutaud, J.-J. & Dufour, S. (2012). Le sacré en son terroir. De la communication des maisons de champagne. Dans P. Lardellier & R. Delaye (Éd.). *Entreprise et Sacré* (pp. 377-391). Paris : Hermès Sciences-Lavoisier.

18 c'est-à-dire dans les formes modales qui prennent corps et sens au moment de l'action ou, dit autrement, dans des modalités qui se rapportent aux manières d'être, aux façons de dire et d'agir

- Château, L. (2009). La Dive bouteille en France : une analyse sémiologique et linguistique de son discours et de ses images. Dans G. Boucher & P. Brisette (Éd.). *Qui a lu boira. Les alcools et le monde littéraire. CONTEXTES* 6. Doi : 10.4000/contextes.4485.
- Coutier, M. (2007). *Dictionnaire de la langue du vin*. Paris : CNRS Éditions.
- Coutier, M. (1994). Tropes et termes. Le vocabulaire de la dégustation du vin. *Meta* 39(4), 662-675. Disponible à : <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1994-v39-n4-meta185/002423ar.pdf>.
- Immélé, A. (2014). *Le secret des grands vins alchimiques ou La quatrième dimension du vin*, Ostheim : Éd. Vinédia.
- Malnic, E. (2015). *Le vin et le sacré*. Bordeaux : Éditions Féret.
- Maupin, M. (1779). *L'Art de la vigne*. In-8°. Paris : Musier.
- Moutat, A. (2015). *Du sensible à l'intelligible. Pour une sémiotique de la perception*, Limoges : Lambert-Lucas.
- Onfray, M. (2009). *Les formes du temps. Théorie du sauternes*. Coll. Biblio Essais. Paris : Le Livre de poche.
- Reckinger, R. (2012). *Parler vin : entre normes et appropriations*. Coll. Tables des hommes. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Ricœur, P. (1975). *La métaphore vive*. Paris : Seuil.
- Turner, V. (1990). *Le Phénomène rituel. Structure et contre structure*. Paris : PUF (*The Ritual Process : Structure and Anti-Structure*, 1969).

Corpus

- Dictionnaire de l'œnologie. Disponible à : <http://www.femmeactuelle.fr/cuisine/guides-cuisine/dictionnaire-de-l-oenologie>
- <http://www.abcdvin.com/index.php/list/4/2.xhtml>
- <http://cepdivin.org/articles/pothier01.html>
- <http://www.dico-du-vin.com/mots-du-vin/expression-mots-du-vin/>
- http://www.labivin.net/pages/Les_Expressions_du_vin-3368267.html
- <http://www.labivin.net/article-les-jambes-ou-larmes-du-vin-114597476.html>
- <http://www.labivin.net/article-la-notion-de-gras-dans-le-vin-69095800.html>
- https://www.lepetitballon.com/?utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=FR%20-%20Brand&utm_term=le%20petit%20ballon&utm_content=-Marque
- <http://vins-france.com/fr/les-vins-de-france/histoire/>
- <http://upc.michelonfray.fr/wp-content/uploads/2016/01/Cosmos-3.pdf>
- <https://grandsvins-prives.com>
- <http://www.toutlevin.com/faire-le-vin/histoire-du-vin>
- <http://www.winebrotherhoods.org/lexique-5-langues/>
- <http://blog.francetvinfo.fr/le-tire-bouchon/2014/11/23/le-vin-se-deguste-1ere-partie.html>
- http://www.lemondedesreligions.fr/une/vin-et-religions-liaisons-troubles-18-11-2016-5950_115.php
- <https://walter-wine.com>
- <http://www.wineandthecity.fr>

<https://www.wineandco.com/?xtor=SEC-1359&partner=adwords>

<http://www.lepetitballon.com>.

<http://www.winebrotherhoods.org/lexique-5-langues/> [Fédération internationale des confréries bachiques : lexique multilingue. Édition 2016]



Publié sous la licence Creative Commons

«Attribution – Pas d’Utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0 International»
(CC BY-NC-ND)