



**HAL**  
open science

## Savoir ce que l'on sent, l'exemple du vin

Geneviève Teil

► **To cite this version:**

Geneviève Teil. Savoir ce que l'on sent, l'exemple du vin. Séminaire de l'Université Technologique de Compiègne "Peut on savoir ce que l'on sent?", Jan 2004, Compiègne, France. 14 p. hal-02826924

**HAL Id: hal-02826924**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02826924>**

Submitted on 25 Jul 2023

**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.

## Savoir ce que l'on sent, l'exemple du vin

Geneviève Teil  
INRA SAD APT  
16 rue Claude Bernard  
75006 Paris

*Conférence au séminaire de l'Université Technologique de Compiègne, "Peut-on savoir ce que l'on sent?"*

### **Comment sait-on ce que l'on sent ? Expérience**

*Les faire boire leur vin et leur demander que sentez-vous ?*

*Puis cet exercice vous pose-t-il des difficultés jusqu'à ce qu'ils prennent appui sur ce qu'a dit le voisin.*

*Demander à une personne, puis une autre, et une autre, jusqu'à ce que les avis divergent beaucoup...*

*Au besoin, faire un CR de guide de vin.*

L'exercice peut faire naître un problème :

- Pas à tout le monde
- Certains se demandent s'ils sentent bien...
- Deux points différents, savoir si l'on sent et savoir donner une valeur à partir de la perception.

Dans les deux cas, les exigences que l'on peut avoir vis-à-vis de l'énoncé à produire peuvent être différentes :

- la perception en tant que moyen de savoir ce qu'est une chose. C'est donc le lien entre la chose et la perception que l'on veut aussi transparent que possible, aussi exhaustif aussi.
- la perception comme moyen d'évaluation. On peut souhaiter que la valeur ne découle que de l'objet, ou soit le résultat de l'acte entier... on peut aussi penser qu'il est impossible que cette valeur soit indépendante de soi puisque l'on est un intermédiaire obligé... (Là on retrouverait toutes les théories du goût).

Dans tous les cas, la question de la valeur ou de la qualité est tout de suite aussi une question de perception, mais de manière différente.

- a. Dans le premier cas, la valeur dépend d'une mise en ordre d'une perception « neutre », on dissocie les deux opérations,
- b. dans le second, on se demande comment le corps peut devenir un bon lecteur de la valeur des choses.

### **Conclusion :**

Les gens pour qui la perception des vins pose problème, que ce soit pour la perception ou pour l'évaluation, ont souvent recours à des guides, que ce soit parce qu'ils se sentent eux-mêmes incompetents et qu'il délèguent donc la capacité de savoir si un vin est bon à plus expert qu'eux ou bien, pour apprendre à percevoir la qualité des vins.

Nous allons donc examiner ce qu'est un guide, comment il fait pour aider à la résolution de la question « est-ce que je sens bien ? » ou « que dois-je faire pour sentir mieux ? »

## Trois théories causales de la perception

Avant de rentrer dans le vif des guides, je voudrais vous présenter rapidement les différentes théories de la perception :

- Les théories stimulus-réponse influencée (différence influence et incorporation).
- Les théories sociales de la perception.

Nous pensons aimer des choses parce qu'elles sont bonnes, or, c'est la structure sociale dans laquelle nous sommes irrémédiablement pris qui nous conduit à incorporer la valeur sociale des objets.

- les théories de construction sociale.

(La différence, c'est l'incorporation qui n'est pas expliquée ou impossible et qui devient un signe social et non physiologique de différenciation, ce qui rend mal compte des observations empiriques, car il n'y a pas de théorie de la tromperie des sens par le social comme le font les théories de la perception sociale où le physiologique est formaté involontairement par le social et trompe donc la personne sur la cause de ce qu'elle aime en l'objectivant dans les produits).

- Elles partagent toutes les mêmes théories de l'incorporation pour expliquer le passage d'une action sur quelqu'un à une action sur sa physiologie
- Il existe deux théories de l'incorporation : l'habituation et le conditionnement., plus une très critiquée, la pensée magique, qui suppose un passage direct, hors corps, des propriétés imaginaires ou non des produits à l'intellect. (Ex de Fischler, on mange du lion pour littéralement acquérir la force du lion). Même la pensée magique des acteurs réputés primitifs est bien plus sophistiquée que cela !

On retrouve ces trois théories chez les acteurs.

Ces théories sont différentes et ne soutiennent pas de la même manière le changement :

• **De ces trois théories une seule justifie pleinement un apprentissage orienté**, c'est-à-dire de reconnaître une différence entre des experts qui goûtent mieux que d'autres. C'est la première. C'est donc celle que l'on retrouve dans la majorité des guides. •

• Les deux autres sont **relativistes**, elle spécifient qu'il n'y a pas de différence dans l'objet, mais uniquement dans la structure sociale dans laquelle on est toujours plus ou moins involontairement et irrémédiablement pris.

- Ensuite, les théories sociales sont des théories critiques qui dénoncent une illusion, des goûts que l'on prend pour objectifs et qui ne sont que des goûts de distinction. Ce n'est pas une théorie qui soutient que certains goûts sont meilleurs que d'autres, théorie qui permet de fonder la différence qui existe entre l'expert, auteur du guide, et le profane, le lecteur qui veut changer. Au contraire, elle dénonce plutôt cette hiérarchie.
- Les théories de la construction sociale sont totalement relativistes, elles ne font aucune hiérarchie.

## Analyse des guides d'experts

Un guide est en général composé de deux parties : dans l'une, il y a des comptes rendus de dégustation, ou des notes attribuées à des vins qui fait souvent le corps de l'ouvrage et dans l'autre, une introduction aux vins et la dégustation. (On trouve aussi les deux séparés dans des ouvrages différents).

Dans cette introduction qui sert souvent de présentation au reste de l'ouvrage, on trouve une sorte de dialogue imaginaire ;

*Dialogue 7* (Dialogue curieux, parce que le lecteur est supposé être convaincu, mais on l'aide à lutter contre d'autres buveurs qui viendraient attaquer son usage des guides.)

### Comment interpréter un tel dialogue ?

- On peut répondre que l'auteur fait un tri entre les théories existantes pour choisir celle qui lui semble la meilleure, la plus vraie, ici la théorie stimulus réponse. •

### Mais alors comment relier ce choix théorique avec une efficacité, une capacité à changer son lecteur ?

Si l'on suit la pensée de l'auteur, on peut dire qu'il la choisit parce qu'il pense qu'elle est plus vraie que les autres. Que la théorie stimulus réponse est meilleure que la théorie sociale du goût.

Mais en faisant cela, nous observateurs sommes prisonniers de cadre de pensée de l'auteur du guide. Or, il faut nous en dégager, car sinon il nous serait impossible alors de rendre compte de l'efficacité des guides qui n'utilisent pas cette théorie de la perception., comme les manuels d'amateurs que nous allons voir après ces guides d'experts.

Pour nous dégager de sa théorie cadre de pensée, on peut prendre **la distance de la sociologie critique**. Elle sociologise toutes les théories en en faisant des construits sociaux, des illusions... Mais c'est trop car si toutes les théories se valent dans l'illusion, on perd tout moyen de comprendre comment cet auteur s'y prend pour faire changer son lecteur.

### Nous allons adopter une position intermédiaire :

- nous ne nions pas l'existence des causes des théories causales, mais nous ne nous appuyons pas non plus sur leur existence.
- Nous ne faisons que suspendre leur capacité à avoir des effets. Autrement dit nous gardons la théorie de la perception de l'auteur comme cadre de la pensée y compris dans tous les aménagements qu'il peut en faire, mais nous nous empêcherons de penser qu'elle est efficace parce que les causes qu'elle identifie ont des effets : nous suspendons cette capacité à avoir des effets.

### Que nous reste-t-il ?

Au lieu de considérer comme les auteurs :

- qu'il y a des causes qui font agir ou produisent des effets
- et que le guide qu'ils écrivent ne fait que transmettre une connaissance,

nous allons considérer le guide comme un objet :

- qui tente de faire des relations, de produire des effets en proposant des cadres pour l'interprétation des phénomènes.

Autrement dit, nous allons suivre la pensée de l'auteur du guide, mais sans penser comme lui que son guide marche parce que la théorie qu'il diffuse est vraie.

Le guide est considéré dans ce cas comme un simple support, une simple courroie de transmission ou d'information.

Nous allons au contraire chercher à voir comment le guide agit, qu'est-ce qu'il fait, comment il aide à savoir ce que l'on sent.

Nous réintégrons le guide au phénomène à analyser, c'est-à-dire le changement que l'auteur a l'intention de produire.

**On passe d'une analyse des causes, à une analyse du comment et de l'action, bref, à une pragmatique.**

## Conclusion

Mais ce déplacement qui semble très simple devra cependant être suivi pendant toute l'analyse, en particulier maintenant :

On va donc troquer la question : « cet auteur a-t-il raison de choisir la théorie stimulus réponse ? » par une nouvelle question : « que fait ce dialogue entre l'auteur du guide et le lecteur ? »

Ce dialogue parle d'une différence entre le lecteur et l'auteur.

**Mais ce qu'il cherche à lui donner, c'est une orientation.** Les deux termes de la différence, l'auteur et le lecteur ne sont pas équivalents : je sais, moi auteur déguster, et je peux vous conseiller, lecteur, sur la bonne manière de procéder pour y parvenir. •

**Une différence orientée**, cela signifie qu'entre nous deux, moi auteur et vous lecteur, c'est moi, auteur expert qui sais, et vous lecteur qui devez changer.

*On revoit le dialogue*

1° réponse imaginaire du lecteur est relativiste

Contre-arguments pour faire référence : je sais être objectif, je sais m'y prendre pour ne pas faire d'erreur et contrôler ma perception.

Vous doutez de ma compétence à faire bien mon travail ?

Réponse, Je suis très entraîné, je déguste beaucoup de vins, je suis reconnu par mes pairs.

Et acte final... vous croyez que tout cela c'est de la distinction ou de la construction sociale ?

Et bien non, la sociologie relativiste a tort, elle prend des cas particuliers pour une généralité. Il y a bien sûr des gens qui boivent de grands vins, non pas pour le vin, mais pour affirmer une distinction ou une hiérarchie sociale. Mais ce sont là les faux amateurs. Peñín donne d'ailleurs des moyens de les reconnaître. En voici deux :

« Se vanter en ne citant que des marques françaises sans sortir de Pétrus, Mouton Rothschild et Château Margaux. [...] »

Mettre le vin rouge à température ambiante. (Elle est toujours supérieure à 20 degrés, hiver comme été). » (*Guide Peñín 1999*, p. 58)

## La réduction de la différence.

Une fois établie cette différence avec son lecteur, le guide propose deux outils, deux équipements de la perception propres à limiter ses erreurs de perception qui font qu'il ne sent pas la même chose que l'auteur expert :

- le recours à la dégustation à l'aveugle dans le but de supprimer les influences qui brouillent la perception
- la reconstruction du lien entre l'objet et l'évaluation de la qualité.

### **Epurier la perception » ou « la déstabiliser »**

Quand on émet un jugement • sur un vin •, on prend appui sur un certain nombre d'indications • : quel est ce vin, par qui a-t-il été fait, quel est son millésime...

En effet, quand on a l'intention du producteur, on peut essayer d'en évaluer la réalisation. Quand on a une classification et une échelle de qualité, on peut essayer de dire si le produit est effectivement un bon ou un mauvais Bordeaux ou vin de pays. (rappel de l'expérience du début)

Si l'on n'y parvient pas, on peut aussi déléguer son jugement à la réputation, ou aux jugements d'experts en se disant que ce sont deux techniques d'évaluation plus performantes que soi-même.

Pour l'auteur, ainsi que pour la théorie stimulus réponse, tous ces éléments font partie des innombrables influences sources de brouillage ou de biais pour le jugement.

Pour les éviter, la dégustation à l'aveugle recommande de les supprimer. • pour épurer la perception, la rendre claire et distincte. •

Cela c'est du point de vue des auteurs et de la théorie. Il nous faut reprendre la même distance que précédemment.

La dégustation à l'aveugle, que fait-elle ?

Elle met face une bouteille et un buveur, • • • • mais elle l'empêche de prendre appui sur ces indications. • • • •

Comme il est très difficile de reconnaître un vin par son seul goût – il faut voir les années de dégustation intensive qui sont nécessaires pour y parvenir, la dégustation à l'aveugle empêche de s'appuyer sur le jugement d'autres personnes sur ce produit, par exemple sa qualification comme « Bordeaux » ou « vin de pays du Languedoc » que l'on pourrait utiliser, sur des avis d'experts, sur l'intention de son producteur, bref, sur toutes les références auxquelles il serait possible de rapporter le vin et d'en déduire un jugement sur sa qualité.

Dans la dégustation aveugle, la seule possibilité d'appui pour le jugement de qualité, c'est soi-même. Eventuellement l'hédonisme ressenti, les théories esthétiques que l'on peut avoir sur l'originalité des arômes, la complexité du produit, etc.

Et encore cet avis n'est-il pas toujours bien solide, car la dégustation à l'aveugle empêche aussi de rapporter cette expérience-ci à des expériences passées que l'on a pu faire du vin, pour comparer, contrôler, affermir ses impressions de dégustations.

Autrement dit, si l'on veut ne pas simplement décrire le vin, mais le juger dans une dégustation à l'aveugle, la seule référence du jugement c'est soi-même et le jugement risque d'être peu répétable parce qu'il ne peut pas s'appuyer sur un large ensemble d'expériences.

## Une nouvelle conclusion

La dégustation à l'aveugle coupe le jugement de ses appuis et le rend très instable. ••

**L'effet majeur de la dégustation à l'aveugle, c'est en effet l'effet de surprise, d'ébranlement.**

Le jugement est déstabilisé : au lieu de regrouper de manière critique ou délégitime d'autres expériences ou les expériences des autres, il devient ponctuel, peu assuré, instable, faiblement fiable à d'autres expériences car le produit est difficile à identifier à l'aveugle, à remettre dans des catégories de produit qui permettraient de cadrer son évaluation.

C'est un effet bien connu des dégustateurs qui soulignent toujours les surprises de la dégustation en aveugle.

Les sommeliers utilisent beaucoup la dégustation à l'aveugle, non pas pour produire un jugement objectif, mais pour reconstituer l'identification du produit et l'ensemble de ses références. En aveugle, ils ne jugent jamais un produit, ils l'identifient.

La performance des sommeliers qui parviennent à identifier les produits à l'aveugle est interprétée comme une perception objective. C'est totalement incorrect, cette perception est au contraire appuyée sur la mise en relation systématique de toutes les expériences de dégustation qu'ils peuvent avoir. Il n'y a en général aucun travail de détachement de leur propre intervention dans leur appréhension du produit.

Le travail des sommeliers consiste à se construire un espace de critères ordonnés qui leur permet de faire des catégorisations très très fines de leur perception. Tout ce que l'on peut dire, c'est que les critères sont d'autant plus fins et nombreux que leur capacité sensorielle à classifier est fine. Ce qui est également remarquable c'est que cette technique classificatoire leur permet d'être relativement répétable, parce qu'ils font une recherche très systématique de critères sensoriels... S'ils en oublient, ils se trompent souvent.



## « Vous utilisez mal mes outils » ou « Reconstruire les appuis de la perception »

Si l'on suivait l'argumentation des guides qui préconisent la dégustation à l'aveugle, il suffirait de s'arrêter là. En effet, si la dégustation à l'aveugle donne la vision objective de la qualité, il suffit de la mettre en œuvre.

Malheureusement, ce n'est pas le cas. Il y a toujours des gens qui malgré la dégustation en aveugle continuent de ressentir une différence entre ce qu'ils éprouvent et ce que le guide dit de la qualité des vins.

Dès lors les auteurs identifient des raisons de ces dysfonctionnements à l'intérieur de leur cadre théorique :

••• « Je ne sens pas la qualité des vins ! » •

Le lecteur n'est pas d'accord avec le jugement de l'auteur sur la qualité de vins, ou bien il ne perçoit pas le plaisir supérieur de vins présentés comme meilleurs.

**Pourquoi, une première cause peut être que des influences continuent de brouiller sa perception !**(lire Sarfati). •

« Les conditions à respecter sont les suivantes :

- La présentation de l'échantillon devra être anonyme. » (*La dégustation*, p. 31)
- Un état physiologique normal. Le dégustateur devra être en bonne santé [...]
- L'heure de dégustation sera fixée de préférence entre 10h et 12h [...]
- Les vins ne se mariant pas de la même façon avec les aliments, il est donc impératif de ne rien consommer pendant la dégustation.[...]
- Il est interdit de fumer dans le local de dégustation
- Le produit dégusté sera rejeté. Le vin contenant de l'alcool qui est un produit euphorisant entraînerait très vite le dégustateur dans le domaine de la subjectivité. » (*La dégustation*, p. 30-31)

Et il ne faut évidemment pas causer avec le voisin, ne pas se parfumer, etc...etc...

Quand on voit la rigueur du dispositif, on comprend que les buveurs le simplifient.

Un premier remède peut être •

- un usage plus rigoureux de la dégustation en aveugle dont on ne doit trop simplifier le protocole

**Une autre cause est possible.** • Les influences peuvent aussi s'incorporer dans les buveurs pour leur donner un goût durablement biaisé et qu'il doit réflexivement écarter. (Peynaud cite des exemples dans le goût du vin) José Peñín donne l'exemple des paysans de Galice qui ont depuis tout petits l'habitude de boire leur infâme piquette et qui finissent par la trouver bonne. Ils doivent commencer par s'en déshabituer en arrêtant de la boire et d'y prendre plaisir.

Et pour l'aider, on lui donne la liste des caractéristiques et leur qualité (lire B. Paumard) •

« Ce que vous devez savoir sur l'expression de levure

Cet arôme proche de celui de la bière est dû à une mise en bouteille trop précoce. En effet, sa présence signifie que le vin n'a subi aucun élevage. [...]

**Très Négatif** sur tout type vin. » (*Guide pratique de dégustation du vin*, p. 80-81)

Cela paraît simple, c'est un cas exceptionnel. Car généralement, les caractéristiques sensorielles sont bonnes ou mauvaises selon les différents types de catégories de vins... !

« **Vous relevez une odeur oxydée**

Négatif sur un vin primeur ou de cépage censé développer des arômes de fruits frais

Négatif sur un vin de terroir jeune

Négatif sur un vin de terroir évolué

Neutre sur un vin de terroir très évolué

Négatif sur un grand vin d'élevage jeune

Neutre sur un grand vin d'élevage évolué ou très évolué

Neutre sur un vin d'élevage traditionnel à tendance oxydative comme le vin jaune, les vins doux naturels rancio, madère, jerez) » (*Guide pratique de dégustation du vin*, p. 74)

Et l'on va de charybde en Scylla :

•• « **Je ne sens pas la qualité des critères !** » •

De nouvelles causes sont proposées par les auteurs :

1° Cela peut aussi être dû au fait que le **lecteur se trompe dans l'identification des caractéristiques**. •

En effet, dans un livre, les caractéristiques sont citées par des mots... Comment le lecteur peut-il s'assurer qu'il sent bien ce qu'il faut sentir avec la caractéristique « violette » ?

Deux solutions sont envisagées : •

a° le lexique et la description verbale de l'ensemble des caractéristiques ;

mais comment être sûr que la personne ne se trompe pas sur la référence des lots, qu'elle associe bien la bonne odeur avec la bonne étiquette !

b. Les auteurs renvoient alors sur le nez du vin, collection de plus de 50 arômes présents dans le vin livrés en petits flacons,.

Mais on peut sentir un arôme isolé, de là à le retrouver au sein d'un mélange... et de les retrouver tous... Pour arriver à apprécier les différentes caractéristiques en fonction des différents types de vins, certains auteurs finissent par proposer des dégustations comparatives accompagnées. •

L'auteur demande à son lecteur de se procurer certains vins précis. • Il en fait une description et le lecteur peut essayer de retrouver l'intégralité des arômes décrits dans le vin en question. Il lui fait sentir les différences en comparant des vins similaires, en montrant des caractéristiques identiques dans des vins différents pour montrer que dans un cas c'est bon, dans l'autre cela ne l'est pas... Avec les dégustations comparatives, l'auteur aide son lecteur à la fois à produire des styles esthétiques correspondant à des catégories de vins et à différencier finement des vins similaires.

Bref, les guides fournissent chaque fois plus d'outils pour mieux sentir. •

### **Conclusion changement de sous-titre**

Mais en proposant ces outils, que *fait* le guide ?

A côté de la dégustation en aveugle, ces guides multiplient les appuis du jugement de qualité, des références d'évaluation : la typicité ou le style des différentes catégories de vin auxquelles appartient le vin (millésime, région, producteur, style esthétique, etc.), qui permet de dire si un vin est conforme à ce qu'il devrait être, mais aussi « des goûts du lecteur », des particularités qu'il peut parvenir à se reconnaître.

• **Finalement, à tenter de reconstruire le jugement en vérifiant que le lecteur empile soigneusement les références olfactives, leurs étiquettes, leur évaluation, il multiplie leurs références et points d'appui.**

## Conclusion intermédiaire

Revenons à notre question initiale : [clic ] « En quoi les guides sont-ils efficaces ? »

Nous avons effectué un petit déplacement de problématique pour contourner la difficulté que pose l'analyse de ces guides :

- Du point de vue des auteurs, mais aussi sans doute des lecteurs, l'efficacité du guide repose sur la vérité de leur théorie de la perception. Et cette théorie cadre et produit des moyens pour agir.

Ils pensent à l'intérieur d'une théorie, ce qui leur permet de produire des moyens d'action. Mais ils ne peuvent pas penser l'efficacité de leurs moyens d'action autrement que par une tautologie, ils sont efficaces parce que la théorie qui les supporte est vraie. Il suffit donc de s'assurer que les moyens d'action proposés sont bien utilisés. Or, ils ne le sont jamais assez puisqu'il y a toujours des gens qui disent ne pas réussir ce qu'on leur demande de faire, et l'examen des erreurs d'usage des moyens d'action peut toujours être relancé.

Le problème des auteurs des guides, c'est qu'ils pensent leur guide uniquement comme un dispositif de contrôle permettant de s'assurer au maximum que la personne est soumise sans facteurs de brouillages à la causalité de la théorie. Pour les auteurs, comme pour les expérimentateurs scientifiques, c'est pareil, le dispositif guide ne fait rien, et assure simplement que rien ne vient s'ajouter à la causalité pour la perturber.

Nous analystes avons un regard différent sur l'action. Nous réintégrons le dispositif « guide » au sein de l'action en cours.

[clic ] Au lieu de considérer qu'il y a des causes agissantes malgré les personnes et que le guide ne fait qu'essayer de garantir l'expression maximale de l'effet de cette cause, nous suspendons l'hypothèse de causes externes agissantes.

Nous la remplaçons par une autre hypothèse : « les phénomènes que nous observons sont le résultat d'actions, de procédures, d'équipements destinées à produire, cadrer, orienter des effets, des changements ».

Autrement dit, le guide n'est pas ce qui permet de border l'expérience, mais **un dispositif qui fait agir, changer, qui ordonne les idées, produit un sens, des hiérarchies, des classements, explique, justifie, dénonce... et donc fait éventuellement agir le lecteur pour qu'il se transforme.**

Le guide n'est pas un dispositif d'information transparent, c'est un moyen d'action. Et ce que nous étudions, c'est ce que fait ce dispositif guide, ce qu'il aide, ce qu'il contraint, ce qu'il oriente, ce qu'il équipe.

Ainsi nous avons vu deux types d'action menée par les guides : une opération de détachement, d'instabilisation, grâce à la dégustation à l'aveugle, et une opération de reconstruction sur des appuis très nombreux.

Pour vous montrer l'utilité d'un tel déplacement qui peut sembler compliqué, nous allons le mettre en pratique pour un autre type guide.

## **La relativisation de la différence**

Car tous les guides ne partagent pas du tout cette vision de la perception en stimulus réponse influencé. La seconde catégorie de guides que nous allons examiner, les « manuels d'amateurs » en proposent une autre.

### **Pour tous les guides, la qualité est le résultat des propriétés du vin.**

Mais la théorie de la perception qui permet de produire des moyens d'action n'est pas toujours la même.

La seule chose qui importe avec les manuels d'amateurs, c'est le plaisir que l'on peut se procurer en buvant du vin.

- Il faut donc se centrer sur soi et ce que l'on aime, et écarter tout ce qui semble préjudiciable à ce plaisir : des hiérarchies incompréhensibles, dépenser trop, devoir acheter des verres spéciaux, faire attention aux carafes, à l'assortiment des mets et des vins, etc.

Ce n'est pas que ce soit inutile, mais si cela vous ennuie, vous ne le faites pas.

Il n'y a plus d'objectif à atteindre, d'erreurs et de vérité, il n'y a que *votre* plaisir. •

## **Conclusion changement de sous-titre**

Les guides d'expert commençaient par faire de la non-convergence entre le lecteur et l'auteur une différence de compétence chez le lecteur.

- • Les guides dont nous allons maintenant parler écartent cette référence aux experts. Non que leur compétence soit illusoire, ou encore sociale, ce sont des professionnels qui font un travail de jugement technique. Mais le lecteur peut absolument s'en passer.

## **La découverte des goûts**

- Pour se faire plaisir, il faut boire,
- mais ne pas boire idiot, c'est-à-dire sans faire attention à ce que l'on boit. Il faut prendre le temps de savoir si un vin nous plaît. Sinon on ne saura jamais s'il nous plaît. Il faut y faire attention et le mettre en mémoire dans « nos goûts » Ce qui facilite la production de plaisir.

Mais attention, il ne faut pas se cantonner à ce que l'on sait déjà aimer ! • Pour se faire toujours plus plaisir, il faut être curieux pour s'ouvrir de toujours plus vastes horizons de plaisir.

Comme précédemment, les réactions du lecteur sont aussi bordées : ses goûts vont changer, il faut qu'il le laisse changer.

Il achète de plus en plus de vins, c'est parfait

Il trouve que ses verres ne sont pas bons, veut avoir une cave isotherme... rien de plus normal. C'est juste qu'il est en train de passer du stade de néophyte au stade d'amateur, puis d'œnophile.

- les manuels d'amateurs proposent donc un monde à découvrir : soi-même

## **Conclusion changement de sous-titre**

Curieuse découverte de soi qui encourage sans cesse le changement !

Ce que cette découverte fait, c'est surtout d'instabiliser les goûts.

- • On a donc ici des conseils destinés à produire une instabilité de la relation au vin, à la rendre changeante.

Et la théorie qui la supporte, c'est la découverte de ses goûts. Chacun ses goûts ! Encore faut-il les découvrir et c'est une découverte sans fin.

## **Le dévoilement de la qualité**

Mais si chacun a ses goûts, alors il n'y a plus de qualité objective des vins... ? le manuel d'amateur est-il un anti-guide d'expert ?

Non, non, et non. LA qualité des vins existe bien.

- Le manuel indique alors un moyen d'articuler mes goûts, « ce que j'aime », à la qualité des vins, « ce qui est bon ».

- Pour parvenir à percevoir « la qualité des vins », il faut multiplier les expériences. Parce que chaque occasion de dégustation donne toujours une image tronquée, réduite, incomplète, partielle de la qualité. C'est toujours un point de vue ponctuel.

Il faut donc regoûter de nombreuses fois les vins.

- De plus, chacun avec ses goûts, sa sensibilité, ses expériences a toujours un point de vue particulier.

- Pour avoir une vision pleine et entière de la qualité d'un vin, il faut devenir capable d'articuler tous les points de vue sur un vin, de savoir se servir de ce que les autres y voient pour enrichir sa propre perception.

## **Conclusion changement de sous-titre**

- • Ces guides proposent donc à nouveau de multiplier les appuis pour savoir si un vin est bon. Et le guide le fait en incitant son lecteur à passer de son goût à la qualité du vin.

## Conclusion générale

**Les guides ont la prétention de chercher à améliorer la perception de leurs lecteurs autrement dit, de les aider à savoir ce qu'ils sentent.**

### Est-ce une prétention justifiée ?

Pour ces deux types de guides, le sens de l'expression « savoir ce que l'on sent » est bien différent.

- Pour les guides d'experts, il ne s'agirait de savoir « CE que l'on sent », c'est-à-dire de produire une meilleure connaissance de la chose sentie en épurant la relation à la chose, en la libérant de ses « influences ».

Pourtant, cette procédure d'épuration échoue toujours à livrer la chose, elle reste une course perpétuelle, sans fin, on n'en a jamais fini avec le vin, comme disent joliment des auteurs de guide ; En revanche, les équipements qui proposent la théorie stimulus réponse peuvent permettre de produire une perception répétable. Mais attention, ce n'est pas synonyme de connaissance parfaite de la chose sentie !

- Pour les manuels d'amateurs, il s'agirait de favoriser la connaissance pleine et entière de soi, de ce que « je » sens, qui est l'interprétation symétrique de la précédente. Mais cette quête a-t-elle vraiment une fin ?

Du point de vue pragmatique que nous avons adopté, nous pouvons conclure en proposant un autre sens à cette amélioration de la perception.

- Le guide peut prétendre améliorer la perception au sens où il peut rendre plus capable de confronter, mesurer, comparer toutes les perceptions, pour faire la part entre moi, les autres et l'objet.

## Conclusion

En résumé, le guide est donc un équipement qui permet non pas de sentir mieux, au sens d'avoir une relation épurée au produit, ou d'assumer l'idiosyncrasie propre à la perception, le guide est un équipement qui permet :

- d'agir sur la relation de perception de sorte à
- rendre sa perception articulable à celle des autres, de sorte à se rendre compréhensible la perception des autres
- à s'appuyer sur les perceptions des autres pour toujours mieux savoir ce qu'est une chose au travers des multiples perceptions que les gens peuvent en avoir.

Faire percevoir : dévoiler ou équiper ?

*Une étude des guides pour amateurs de vin*

**Geneviève Teil**  
INRA SAD APT

***SAVOIR CE QUE L'ON FAIT ?***

*SEMINAIRE INTER-DISCIPLINAIRE DE SCIENCES ET TECHNOLOGIES COGNITIVES*

*Université de Technologie de Compiègne*

*21/29 Janvier 2004*



# Trois théories causales de la perception

- Les théories stimulus réponse
  - Un objet produit un stimulus sur un corps qui répond
  - Fonction de transfert soumise à des influences qui brouillent la perception
  - *Il est possible de les prévenir*
- Les théories sociales de la perception
  - Notre perception est socialisée, mise en forme par nos relations sociales
  - Les objets sont une source illusoire de la perception
  - *Il est impossible de prévenir la socialisation*
- Les théories de la construction sociale
  - Notre goût est un signe de différenciation sociale
  - *On peut sans doute en changer volontairement*

# Les guides d'experts

## 11. Expliquez une différence théorique et la perception

Les experts ont une meilleure perception

Non, ils ont une perception différente

Elle est meilleure, car ils sont objectifs

Y parviennent-ils ?

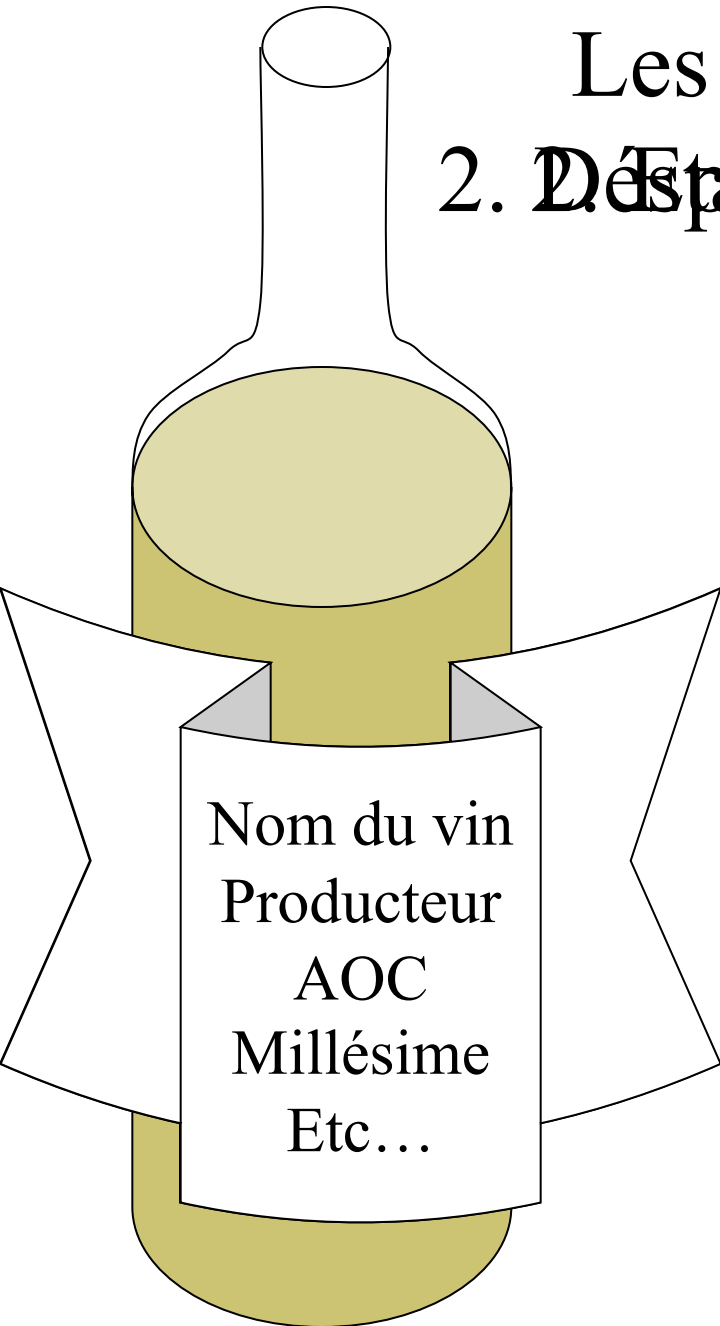
Oui, car ils sont entraînés et reconnus

C'est une erreur de profane de penser que l'amour du vin est une stratégie sociale. Il y a de faux amateurs... et des vrais.

Il n'y a pas de perception objective, le goût n'est qu'une stratégie sociale

# Les guides d'experts

## 2. ~~Établir la perception~~ Déterminer la perception



Ce que  
d'autres en  
disent

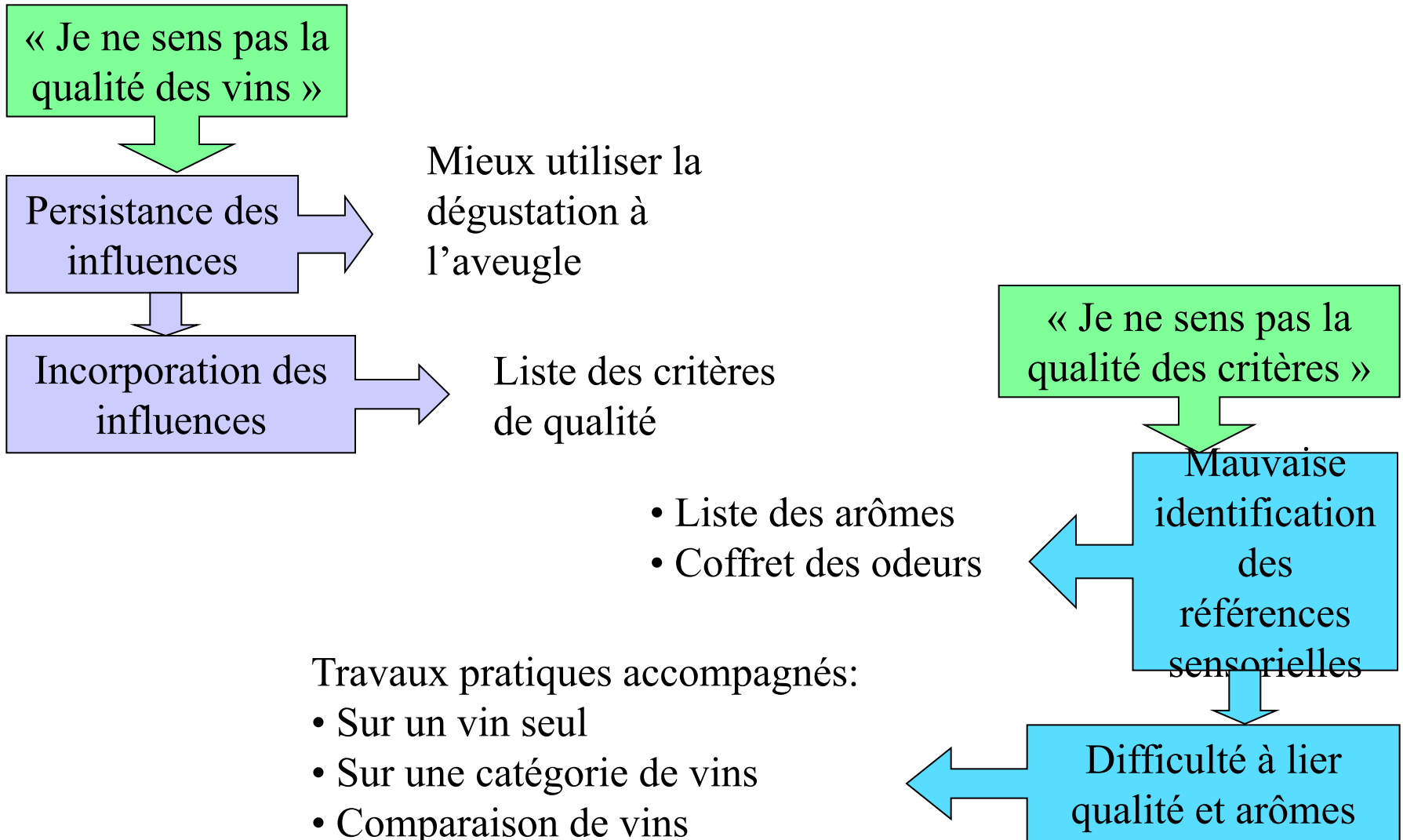
Ce que la  
réputation en  
dit

Ce que d'autres  
expériences m'en  
disent

Jugement de  
qualité

# Les guides d'experts

## 3.3 R Des outils et des supports à l'appui de la perception



# Conclusion intermédiaire

*Comment fonctionnent les guides d'experts,  
comment sont-ils efficaces?*

- Du point de vue des auteurs :
  - Parce qu'ils désignent la *vraie* qualité à un lecteur qui *doit* croire l'auteur ;
  - Parce qu'ils contrôlent toujours plus finement l'usage des techniques préconisées.
- Du point de vue de l'observateur :
  - Parce que le guide aide son lecteur à instaurer une différence orientée ;
  - Parce que le guide fournit des techniques permettant au lecteur de modifier les appuis de son jugement (déstabilisation), reconstruction)

# Les manuels d'amateurs

## 1. ~~La suspension de la hiérarchie et la différence d'expertise sont problématiques~~

- Un seul critère le plaisir de chacun !
  - Laissez les experts, et centrez vous sur VOS goûts !
  - Oui, il y a des hiérarchies, des qualités de vins, mais n'y faites pas attention pour l'instant !
  - Vous trouvez certains vins chers ? achetez les autres !
  - *Pour l'instant*, la seule référence, c'est vous !

# Les manuels d'amateurs

## 2. La découverte de soi-même en jouant à stabiliser le monde de soi

Mais ne buvez pas idiot

Il faut chercher à se faire le plus plaisir possible

Et soyez curieux !

C'est normal !

C'est normal !

C'est normal !

Mes goûts changent... !?

J'achète de plus en plus cher... !?

Je fais attention aux verres, je deviens maniaque... !?

# Les manuels d'amateurs

## 3. Article Multiple des saupous à la je gument bon »

- Chacun a une vue toujours partielle de la qualité.
- Il faut chercher à y intégrer les expériences des autres pour être plus exhaustif dans la perception.
- Ce qui est bon = ce qui est appuyé sur tout ce que l'on peut trouver dans le vin
  - > une multiplicité de « subjectivités » et d'expériences



# Savoir ce que l'on sent

- Savoir CE que l'on sent
- Savoir ce que JE sens
- Estimer et comparer ce que chacun sent