

Motivation für die Arbeit

Die Motivation für diesen Text entstand durch das kontinuierliche Lesen von Verkostungsnotizen, sowie durch meine Tätigkeit als Referent verschiedenster Veranstaltungen und die sich entwickelnde Erkenntnis, wie schwer es ist, sensorische Erfahrungen adäquat in Sprache zu übersetzen. Wein zu trinken ist zumeist ein soziales Erlebnis und darüber zu sprechen eine Komponente davon. Dabei fällt jedoch auf, wie unterschiedlich die Ergebnisse ausfallen und wie heikel es ist, einen plausiblen Konsens zu erzielen. Gerade dann, wenn es um Geschmacks- und Geruchsempfindungen geht, scheint unsere Sprache an ihre Grenzen zu stoßen. Definitivische Probleme werden nicht selten metaphorisch gelöst. Skepsis und Unverständnis begleiten vielfach Weinbeschreibungen, und selbst in der Fachwelt herrscht zuweilen darüber Uneinigkeit, was nun erlaubt ist und was nicht. Dieses Dilemma genauer zu analysieren, war die fundamentale Absicht dieser Arbeit.

Fragestellung und Zielsetzung

Primäres Ziel war es, die Konsequenzen figurativer Versprachlichung sensorischer Erlebniswelten in Bezug auf Weinbeschreibung und Weinbeurteilung und letztlich auch ihre Auswirkung auf den Konsumenten zu analysieren.

Wesentlich war dabei die Frage nach den Möglichkeiten einer objektiven Sprache, die ein scheinbar unlösbares Paradox zur subjektiven Wahrnehmung sensorischer Prozesse darstellt? Daraus entwickelte sich die Hinterfragung weiterer grundlegender Aspekte, wie z.B. die eklatanten Differenzen, die sich sowohl im Wein verkosten wie auch in den Notizen bzw. Gesprächen darüber auf tun, die Rolle, die der Weinkritik dabei zukommt, oder die ganz simple aber elementare Frage, warum Menschen überhaupt über Wein sprechen.

Weiterführend war es notwendig, das Vokabular der Weinbeschreibungen genauer zu hinterfragen, den linguistischen Codex zu beleuchten und die Gründe einer zunehmend metaphorischen Weinsprache zu analysieren.

Methodik

Die Herangehensweise an das Thema war notwendigerweise interdisziplinär. So wurden u.a. Ansätze aus der Neurolinguistik und Soziolinguistik herangezogen, zudem wurde dort, wo es sinnvoll erschien, eine ästhetische und philosophische Matrix auf den Text gelegt und gelegentlich auch auf empirische Studien, die Weinrhetorik betreffend, zurückgegriffen.

Inhalt

Den Anfang bildet eine kurze historische Abhandlung über das „Sprechen über Wein“ und der Verweis darauf, dass Kommunikation und Weingenuss seit jeher eine Einheit formten und sich im Laufe der Zeit, wie die Sprache selbst, veränderten. Danach folgen mehrere Kapitel zum Thema Sensorik, wobei die entscheidenden Kriterien (biochemische Prozesse, Differenzen in den individuellen Sensibilitäten, Dilemma objektiver Beurteilung) zur Wahrnehmung von Wein und ihre Übersetzung in Worte behandelt werden. Eingebettet darin sind praktische Aspekte der Weingegustation wie z.B. die Frage nach der Relevanz offener Verkostungen (im Vergleich zu Blindverkostungen), und die sensorischen und empirischen Differenzen zwischen Experten und Laien. Danach folgt ein kurzes Intermezzo, das der Frage nachgeht, ob Weingenuss eine ästhetische Erfahrung darstellt, ehe weiterführend mehrere Kapitel dem Thema Sprache und Wein gewidmet sind. Darin geht es um die Signifikanz von Sprache für die Weingerfahrung, die Versuche normative Codes zu erstellen (Aromarad) und die linguistischen Mittel und rhetorischen Figuren, die dafür verwendet werden. Die beiden letzten Punkte befassen sich im Wesentlichen mit der Bedeutung der Weinkritik und der Frage, ob die zunehmende Verwendung von Metaphern der Beschreibung von Wein gerecht wird.

Fazit

Verschiedenste Erkenntnisse drängten sich im Verlauf der Arbeit auf. Ein paar wesentliche seien hier kurz aufgezählt:

Sensorische Eindrücke und ihre sprachliche Umsetzung bilden ein komplexes Geflecht, das fortwährender Veränderung unterworfen ist.

Indem man auf ein immer größer gewordenen Vokabular für olfaktorische und gustatorische Wahrnehmungen zurückgreifen kann, ist es möglich, Weine immer strukturierter zu beschreiben.

Sensorische Differenzen unterschiedlicher Weintrinker sind dabei stets zu beachten.

Erwartungshaltungen und Erfahrungshorizonte prägen das Weinerlebnis und letztlich auch die Weinbeschreibung.

Rhetorische Figuren (Metaphern, Synonyme etc.) spielen eine zunehmend bedeutende Rolle.

Die Basis jeder Weinverkostung bleibt mit der persönlichen Wahrnehmung der immanenten Werte des Weins verknüpft. Diese entsprechen oftmals objektiven, wissenschaftlich nachvollziehbaren Kriterien, deren Übersetzung in Sprache jedoch stets subjektiv geprägt ist.

Ziel einer jeden Weinbeschreibung kann es nur sein, durch kritische Kommunikation einen Konsens zu erzielen.