WP 10

VinoLingua Didactics

by Eva Lavric
University of Innsbruck

EU-Project vinolingua

Lifelong Learning Programme

Leonardo da Vinci

Application No: 503150-LLP-1-2009-AT-LEONARDO-LMP

Grant Agreement No: 2009-2179/001-001

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme

How Europe's wine growers learn foreign languages – Presentation of the EU project „VinoLingua"[1]

Eva Lavric, Innsbruck

1. Introduction – Presentation of the project

The aim of the VinoLingua project is to decrease language barriers for European winegrowers by producing specific language learning and teaching material in the languages of European wine regions, and so to increase their sales possibilities.

„VinoLingua" is an EU project of the Lifelong Learning programme (Leonardo-da-Vinci-branch) that creates language learning materials for European winegrowers for the foreign languages German, French, Spanish and Italian on levels A1, A2 and B1. All languages can be base or target language, which results in 12 possible combinations. The materials are designed for self-study but can also be used in traditional courses; they comprise each a course book and extra materials with electronic support. In addition to the language teaching material a culture brochure and an impulse film have been developed to motivate winegrowers to learn foreign languages. The VinoLingua project intends to enable winemakers to market and present their wine in a foreign language. It also wants to arouse a general interest in language learning through the topic of wine and to connect the different wine growing regions in Europe.

The situations are adapted to the linguistic needs of winegrowers and centre particularly around wine tasting (during a visit to the vineyard or at a wine fair). The speciality of the project is the combination of technical language and beginners' level. To achieve this, the Common European Framework for Languages was adapted thematically to the needs of winegrowers. The contents were chosen on the basis of a needs analysis of the target group and a linguistic analysis of a video corpus; they are taught partly in the form of "chunks", i.e. ready-made linguistic phrases to be learned by heart.

Each language is connected to a certain region: German is represented by the wine growing regions of Lower Austria (Krems) and South Tyrol, Italian by Tuscany, France by

[1] This text is to be published in its German version as: Lavric, Eva: Wie Europas WinzerInnen Fremdsprachen lernen –Präsentation des EU-Projekts "VinoLingua", in: Laura Sergo / Ursula Wienen (eds.): Akten der Sektion "Fachsprache(n) in der Romania – Entwicklung, Verwendung, Übersetzung" auf dem Deutschen Romanistentag, Berlin, 25.-28. September 2011, Berlin: Frank & Timme.

Burgundy and Spain by Toro. The project partners also come from these regions: under the leadership of the department of Romance philology in Innsbruck, the partnership consists of four universities and three viniculture colleges, but also a language school and a film specialist/graphic designer. The project is coordinated by the initiator of the project, Maria Gnilsen, with her company „linguistics_innovation e.U.“

The project ran for three years, from 2010 to 2012, with a three-month-prolongation until March 2013; its total budget amounted to about € 400.000. One important strength of the project is the intensive contact to winegrowers, viniculture colleges and institutional wine promoters in all regions. This will enable the implementation of the results in initial training as well as further professional development of winemakers in the whole of Europe.

2. Necessity of the project

The ELAN study carried out by the EU in 2006 showed that European small and medium entrepreneurs lose several billion euros of sales every year because they do not have enough foreign language competences. This deficit is particularly noticeable in the wine growing sector, where global markets must be accessed with a background of family enterprises and regionally bound company structures and without betraying one's identity, which in these cases is a vital part of the company's capital. This problem can be encountered by acquiring foreign language skills, making contacts with foreign partners and networking within European wine regions.

If the European winegrowers want to communicate with their clients and with each other, they have to learn foreign languages. Foreign languages in the plural, because lingua franca communication in English is by far not enough to transport highly culturally specific, emotional and tradition-related content, such as the variety of the European wine sector demands. It is therefore only logical that the EU funds a project that aims at a differentiated, highly specific multilingualism among European winegrowers. Such projects of professional development are catered for by the Lifelong-Learning-Programme, particularly the Leonardo-da-Vinci branch. This programme supports mobility and innovation projects in professional training and development and modern languages.

3. State-of-research and accompanying research

The language of wine is far from being a topic that has not been researched. Well-known are the dictionaries by Coutier (2007), Blouin (2007) and Rézeau (2008) for French, by Althaus

(2006) for German and by Santos (1999) for Spanish. Already in 1979 Peter Blumenthal published a German-French contrastive article about „The linguistics of the taste of wine“. Another contrastive – at least translation-related – work are the collections of articles by Ibáñez Rodríguez et al. (2006 and 2010); in the 2006 collection, Lerat 2006, for instance, reflects on the status of wine terminology as a special language. And the Italian VinoLingua project partner Massimo Vedovelli of the Università per stranieri in Siena is a specialist on the discursive and contrastive analysis of wine labels, cf. Speranza / Vedovelli 2003 and Vedovelli 2001.

In Innsbruck, Lavric et al. have initiated a research group „Cultures and Culinaria“ and have edited a collection of articles („Food and Language“) (Lavric/Konzett 2009). In this collection one finds such wine-and-language-related topics as those covered by Rossi 2009a and Herling 2009. The next collection of articles published by this group, „People, Products, and Professions. Choosing a Name, Choosing a Language“ (Lavric et al. 2009) also contains a contribution on the topic of wine (Neethling 2009). While Herling and Neethling are onomastic studies that reflect on the sociocultural implications of wine names – and particularly the language choices when naming wine –, Rossi 2009a, similar to Rossi 2009b, is a contrastive-terminological analysis that goes very well with the VinoLingua project, because she investigates the metaphors of wine descriptions and the terminologisation of metaphors in the five languages German, French, Spanish, Italian and English. Rossi is able to reveal surprising parallels, particularly when it comes to body-metaphors.

Since there is so much research, also from a contrastive perspective, one might ask why the topic „wine“ has received so little attention from a didactical viewpoint. This is a gap that the VinoLingua project is intended to fill, at least for four big languages, and with a current restriction to beginners' and lower intermediate level.

In addition, research on "vino-linguistics" shall also be promoted. The Romance philology department in Innsbruck has purposefully encouraged a series of master's theses in this area: Rupprechter 2010 about the specific didactics for wine growers, then Rupprechter 2012 about wine tasting in French and German, Rieder 2013 about wine tasting by wine growers and sommeliers in Italian, and Ratt in preparation about wine tasting in Spanish. A further master's thesis has been completed in Dijon (Milot 2012), about comparisons in wine language in German and French.

The French project partner, Laurent Gautier of the Université de Bourgogne in Dijon, accompanied the VinoLingua project with an annual conference on the language of wine. This event was held in cooperation with the University of Innsbruck. In September 2010 the first

conference took place in Dijon and had the title “Figures et images dans le discours sur le vin en Europe”. In October 2011 there was another conference in Dijon, on “Les descripteurs du vin : regards contrastifs“, and the third conference in october 2012, on the subject of “Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe”, was held in Innsbruck (see Gautier et al. forthcoming a, b and c).

4. Idea and development of the VinoLingua project

The person who came up with the idea for this project was Maria Gnilsen, who studied Romance languages in Innsbruck but then moved to Vienna for reasons to do with her private life. She then taught Italian and French in the rural areas of Lower Austria. In the “Weinviertel” her audience were 80% winegrowers, who did not actually want a general language course but a course that was designed for their specific communication needs. Maria Gnilsen recognised a clear need and also a definite lack of materials or courses to respond to it. She diagnosed the necessity to do something, not only on a regional level but on a European one. Maria Gnilsen’s estimation of the situation was confirmed in the course of the VinoLingua project: one of the first steps consisted of an analysis of existing didactic products, and except a few scarce materials for English, the project partners could not find any other language courses designed for viniculture.

In order to connect the project to the European research community, Maria Gnilsen went back to her university in Innsbruck where she was told that there was a professor who had done research in didactics for technical languages as well as into language and food/drink. This is how Eva Lavric joined the project; she has since developed it together with Maria Gnilsen. An important decision was to focus on German and the three most important Romance languages French, Spanish and Italian. Equally important was the project’s connection with a specific wine-growing region in each country. Gnilsen and Lavric established a European partnership and applied for a Lifelong Learning project for the first time in 2008. The first application was not successful, but the second one in 2009, this time in English, got accepted. It is worth mentioning that the number of projects accepted in this programme at that time was 10%. This means that the EU really considered the topic as relevant and worthy to be supported.

5. Regional connection and interdisciplinarity – the partnership

The project VinoLingua is carried out by a group of nine partners in four European countries: France, Italy, Spain and Austria. Each language and each country is represented by a typical wine region in order to enable the promotion of cultural contents and to take into account the regional identity of the cultural element wine. The partners represent a wide range of competences and backgrounds; the cooperation of researchers (linguistics, translation, didactics) and didactical practitioners with wine growers and teachers in viniculture colleges is particularly fruitful. The project is thus intercultural and interdisciplinary; it is made possible by different groups and different nations working together.

The leader of the project is the University of Innsbruck, in particular the department of Romance philology, supported by the department of Translation studies. Here is an overview of the five wine regions represented in the partnership:

- Laimburg in South Tyrol (Italy) for German, represented by its viniculture college;
- Krems in Lower Austria, also for German, also a viniculture college;
- Burgundy in France, with the Université de Bourgogne in Dijon and the viniculture college in Beaune;
- Tuscany in Italy, represented by the Università per stranieri di Siena;
- and the wine region Toro in Spain, with the language school „Tolingua“, specialising in wine language, and the University of Oviedo.

Beside the project coordinator Maria Gnilsen with her one-woman-company “linguistics_ innovation e.U.”, the team is complemented by Josch Pfisterer from Innsbruck, a graphic designer/photographer/film specialist.

The project has been able to recruit Prof. Rita Franceschini from the University of Bolzano as an external evaluator .

Moreover, the partnership has made contact with more than 80 institutions in all project regions, ranging from provincial governments to the network of European viniculture colleges and to the Institute for Economic Promotion, who are associated partners following the project benevolently and who are able to support it particularly in the period of dissemination and implementation.

6. Involvement of students from Innsbruck

The project is accompanied systematically at the Innsbruck department of Romance philology by regular project seminars for students of all Romance languages. Project seminars are courses such as theatre projects, translation projects or the organisation of cultural events, in which students work together on a project that is also relevant for the world outside the university. These seminars made it possible to systematically involve Innsbruck students, who participated in great number and with enthusiasm, in the procedure and activities of the VinoLingua project, to give them insights into the functioning of an EU Lifelong Learning project and to make use of their motivation, workforce and creativity for the project.

Angelo Pagliardini from Innsbruck ran these project seminars together with alternating co-teachers (Paul Rusch, Ursula Moser, and four times Eva Lavric). The students, for example, played a major role in the collection and digitalisation of the written corpus as well as the transcription of the spoken corpus. They made various short VinoLingua films and regularly organised events such as project presentations and wine tastings, which were extremely important to make the project known within the university and to a wider public. They organised excursions in order to visit vineyards in different regions in Tyrol and also to experience the work of the European Commision and the agency responsible for VinoLingua in Brussels. Moreover, the students wrote sample chapters for the wine languages German, French, Spanish and Italian and helped with the details of the VinoLingua curriculum. In the later project seminars, they participated in the writing of the lessons and the complementary exercises and explanations, they compiled vocabulary lists and contributed to the translation of the lessons into all project languages. This aspect is particularly important, as VinoLingua is a self-study course, so that the learners need as much help as they can get in their respective mother tongues. The students also helped with the making of the podcasts (short video films with transcription, vocabulary list and comprehension questions). Last but not least, some of them were given roles in the VinoLingua audio recordings.

In this respect, it was particularly useful that students of all Romance languages were allowed to take part in these seminars: this means that together they had competences in all project languages. Therefore, after the end of the project, when the VinoLingua courses will be implemented, some of the students can work as tutors and help wine growers with their language competences.

7. Written corpus and first sample units

The first step in the project consisted of the collection of a very large and varied corpus of wine language (written texts about wine topics) in the four languages. Websites were studied and described and a great variety of materials about wine description and wine culture – ranging from wine menus to CDs with drinking songs – were collected. These materials were then categorized and made available on an internal Internet platform. When categorising the several hundred items it was important not only to describe the text type and content of each document but also to evaluate the linguistic difficulty and the didactic potential. This corpus can be a reference for further work on wine language. However, it has a major flaw: apart from some drinking songs, it is almost exclusively written, whereas the project mainly wants to teach the winegrowers spoken skills. This is why the collection was later complemented with a video-corpus (see below, 12.).

An important experiment, carried out by the students for the project, was the production of sample units on the topic of wine for all four languages. This already took place in the first project seminar, when the curriculum was not yet fixed, and with hindsight, the project was not able to use the samples that were produced (e.g. one on "a holiday on a vineyard"). The experiment nevertheless revealed that it is possible to produce language-learning materials on the topic of wine for a beginners' level. But the four groups (on German, French, Italian and Spanish) produced very different things, ranging from extensive almost-complete courses to very brief, precise units on wine tastings and from simple beginners' dialogues to complex interactions. This experiment showed that the project would have to elaborate detailed instructions for the real coursebook so that the four language courses develop relatively parallel, and that the four production teams would have to coordinate very much during the writing phase.

8. Terminology database

As a kind of "side-product" of the VinoLingua project, Imgard Rieder supervised three MA students of the Innsbruck department of translation studies who produced an online terminology database on the topic of wine (wine growing and wine production as well as wine description, wine tasting and wine marketing) for the languages German, French, Italian and Spanish (English is in preparation). Apart from the multilingualism the particularity of this database is the fact that it was specifically conceived for the VinoLingua audience, that is, for wine experts with very good knowledge of the subject but poor skills in the foreign language.

The creation of a project-specific terminology database is an important additional component in the VinoLingua project. This component was not considered in the original project application, which was exclusively didactically oriented. However, in the course of the work on the project it soon became clear that a learner-oriented terminology database was an indispensable part of LSP materials, and that the available heterogeneous resources from the Internet needed to be adapted for the project's needs.

The database contains all the necessary technical terms but also considers – particularly in the area of definitions/descriptions – the low level of foreign language competence of its users. The definitions/descriptions that were found are comprehensible for a language learner of the respective level (CEFR levels A1, A2 and B1). Existing terminologies had usually been produced by experts for experts in the respective L1. The "didactically-oriented" approach of the terminology project is therefore an innovative specificity.

Another important characteristic of the database – particularly from a didactic perspective – is its technical implementation, which goes beyond classic forms of presentation of terminology databases and allows access to information via a graphical representation of the concepts (C-map). This means that the users can work on the vocabulary they need for their specific products by following a logical-hierarchical conceptual system.

The sub-project terminology database is incorporated in the VinoLingua courses through linking it to the online teaching materials.

9. Needs analysis and results

The VinoLingua project places especial emphasis on the consideration of its target group's every day life and professional situation, because it wants to offer a manageable amount of content and also to transmit speech acts, vocabulary and grammatical structures that are designed for the needs of this group.

The major obstacles for winegrowers when it comes to language learning are a) the lack of time during the work intensive seasons and b) the lack of courses offered in rural areas, and c) the gap between the contents of general language classes and the professional needs of winegrowers. It is exactly for this reason that VinoLingua was initiated in the first place. It therefore started off with a comprehensive needs analysis of the target group. From the beginning, aspects such as time capacities and local learning possibilities of the target group as well as their media preferences were to be incorporated in the development of the didactic project. For this purpose, a detailed questionnaire was developed and given to 350 winegrowers in the different project regions. (As very often in the course of the project, the

viniculture colleges involved in the partnership established contact with the target group.) The winegrowers were asked which languages they wanted to learn, how much time they could spare for this and when, and particularly for which situations, text types and speech acts they needed the foreign language skills.

It turned out that the target group is actually aware of the necessity of foreign language skills but that their time resources were limited to a few less work intensive periods of the year. Regular, for instance, weekly, language courses do not cater for their needs and are very rarely available in geographical proximity to their homes. So the winegrowers only want to learn languages in particular seasons and they want to be flexible in their time management. They wish to have short units because they can only study for about half an hour at a time, and only about one to three times a week. Slow progression and short units are therefore indispensable in order not to overburden the target group.

When it comes to the choice of media, VinoLingua had to reorient itself quite considerably due to the needs analysis. The project had originally thought of producing only online material, particularly because there are twelve possible combinations of start and target language, and also because it wanted to give each learner support in their mother tongue. However, the questionnaires revealed that winegrowers would definitely like to have a coursebook. This is why the core of the programme is now one coursebook per foreign language plus additional material and information on CD and/or on the Internet. For psychological reasons each course is split up into three levels that will probably correspond to three thin booklets which could be kept in a box together with the cultural brochure, while podcasts, additional exercises and mother tongue translations will be provided on the project website.

10. Didactic-methodological options

One essential characteristic of VinoLingua is the production of materials that are in principle intended for self-study. The course book and extra materials have been designed in such a way that the learner does not need a teacher to study. It is for this reason that VinoLingua reverts to the learner's L1 for explanations, translations and instructions and that it makes them – at least the online version – as comprehensive as possible. However, this does not mean that the VinoLingua materials cannot also be used in courses, for instance in viniculture colleges or in professional development. But because of the lack of infrastructure in rural areas it must be possible to complete the whole course in self-study mode.

What is problematic with this approach is of course the lack of feedback and the dwindling motivation. This is why VinoLingua is developing concepts that should enable both: for a start, an internet forum in which VinoLingua learners can get together and, for instance, form study tandems which might even lead to friendships and reciprocal visits; on the other hand, a loose structure of online study coaches and regional groups that meet once a month or twice a year, taste wine together and test their newly acquired foreign language skills.

What is important for VinoLingua is that from the start the project focuses on the technical language of wine and therefore on the professional communication needs of winegrowers. This makes it more difficult because of the often complicated terminology but at the same time also easier because the course can concentrate on a limited number of topics and situations. This means that there is no need to systematically consider a great number of contact situations and topics. By contrast, the course can transmit specific, in-depth knowledge on one particular topic, what's more on a topic that the learners already know very much about, so that they can often understand and assimilate terminology by equivalence, without long explanations.

One of the first tasks of the VinoLingua team has been to adapt the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) for the topic of wine and for the specific needs of winegrowers. This specific VinoLingua-CEFR for the levels A1, A2 and B1 was translated into all project languages and constituted one of the first results of the project which determined its direction in the following phases. Moreover, it is the basis of the VinoLingua language learning portfolio, which accompanies the wine growers in their learning process and helps them reflect on their skills and their progress.

11. Content and structure of the curriculum

The needs analysis showed very clearly that there are two situations in particular with which winegrowers have to cope in a foreign language: the visit of a client (or a group of clients) on the vineyard and a wine fair abroad. The centre of both situations is the wine tasting as *the* central linguistic activity of the winegrower, around which other situative elements are grouped: during a visit on the vineyard, for instance, there is the visit of the vineyard and the cellar, together with the corresponding explanations, the presentation of the company, that is, often the family, and sales situations; at the wine fair it is the description of the region and its particularities, because this is not simply there like during a visit on the vineyard. The wine tasting itself always involves several wines, which are described and often compared with

each other. This may lead to a dialogue with the client, but it can also remain a monologue. The sales situation and the greeting, however, are essentially dialogic.

This largely monologic character makes it easier for the complete beginner because it enables them in the first few study phases to use texts that they have prepared beforehand and more or less memorised. They can even, if need be, "cheat" a little with a written copy of the text. Moreover, the winegrower does not immediately need to be able to describe any wine but first of all their own wines. The programme needs to provide the necessary terms, particularly adjectives, as well as a textual frame that can be filled with these terms. In later study phases the competences increase and so does the amount of free production and of dialogue.

The central topics and situations, however, stay the same in all study phases, and this is why the VinoLingua course has a cyclical progression (strictly speaking, the progression can be compared to a helix or a spiral staircase): the central activity of the wine tasting is presented three times, on three different language levels (in fact, it is even presented six times, as on every one of the three levels, there are two units dedicated to wine tasting). On all three levels vineyard, cellar work and sales situations are also present, but with different levels of complexity. The first of the three "rounds" (units 1-7) shows a client's visit to the vineyard; the second "round" (units 8-13) deals with the situation at a wine fair, and the third "round" (units 14-20) comes back to the vineyard, but this time with a group of visitors. On level three, nearly half of the texts are no longer didactic texts written specifically for learners, but are taken from the VinoLingua video corpus (see below, 12.) and thus correspond to authentic language material.

The VinoLingua curriculum was planned in detail during the project meeting in Toro in 2010; the relevant situations were split up into individual speech acts and allocated to the different units. This programme is basically the same for all four project languages. Then the partners elaborated the contents of the culture items that close every lesson – these, too, are more or less parallel in the four languages. The grammatical and lexical elements which are attributed to the different sections of this programme are of course language-specific and are chosen according to a comprehensive corpus analysis.

12. Spoken video corpus

In order for the study materials to reflect the actual communicative practices of winegrowers, a comprehensive spoken video corpus was put together for all four project languages and for the core situations wine tasting and visit to the vineyard. (At wine fairs the noise level made recordings impossible but even there extensive observations were made about the

communicative behaviour.) This corpus contains 5-15 wine tastings of different length and complexity in each project language. At first, this data was collected and completely transcribed by the project partners and by the students in Innsbruck. These transcripts were used to filter out those passages useful for didactic purposes (still very many) which were subjected to a detailed linguistic analysis that provided the language material to be taught in the units of the VinoLingua course. Moreover, the best videos are partly being used as teaching materials in the higher lessons of the VinoLingua course.

13. Linguistic analysis

Spoken technical language corpora are still rare, and where they do exist – such as now in the area of wine, thanks to the VinoLingua project – there is very little experience in analysing them linguistically and even less in applying them to didactic problems. In order to exploit a spoken video corpus for language teaching on beginners' level, the linguistic analysis has to focus on three main criteria: relevance, frequency and simplicity. Particularly in the area of grammar, a mere frequency analysis cannot be enough because the most frequent structures are not necessarily the simplest. This is why the added criterion of simplicity is needed, which does not exclude more complex structures but allocates them to a later learning period. Hence the idea of the VinoLingua project to develop the curriculum cyclically, that is, to feature the main situations three times, on different levels of competence. The central criterion, however, must be that of relevance, that is, linguistic means are allocated to the different speech acts that become relevant in the situations the learner has to manage. For each speech act (e.g. greeting, describing the taste of a wine, moving from one wine on to the next, naming the price and the delivery conditions…) there are usually three kinds of structures that are taught: first very simple ones (e.g. fr. *nous avons un vin fruité*…), then more complex ones (*ce vin a un goût fruité*), and finally some at the top level (*vous sentirez des arômes de fruits*…).

14. Chunks

One important didactic principle of VinoLingua is the fact that, as far as possible, it works with "chunks", with prefabricated linguistic structures. "Chunks" are ready-made wholistic syntactic-semantic units that the language beginner can learn by heart without necessarily understanding their inner structure; the principle is applied in Heringer's 2009 coursebook for

advanced learners of German. . It is well explained in Westhoff's review of Heringer 2009 (Westhoff 2011, 243):

> Als Chunks werden unanalysierte Kombinationen bezeichnet, die zwar aus mehreren Wörtern bestehen, aber als eine einzige Einheit erfahren und gelernt werden, so als wären sie ein einzelnes Wort. Es kann sich dabei um vollständige Sprachäußerungen handeln wie z.B.:
>
> *Zum Schluss. – Guten Appetit. – Darf ich Sie bitten?*
>
> Aber oft sind es auch Halbprodukte, Module, die zu vollständigen Äußerungen ergänzt werden müssen, wie z.B.:
>
> *Ich wüsste gern, … – Eines Tages …. – Zum einen …, zum andern …*
>
> In allen Fällen handelt es sich um Sprachelemente, bei denen es ziemlich kompliziert wäre, sie mit Hilfe der üblichen Grammatikregeln zu konstruieren. Weil sie oft vorkommen, ist es viel ökonomischer, diesen mühsamen Konstruktionsprozess zu umgehen und die ganze Kombination direkt so zu lernen, als handele es sich um ein einziges Wort.[2]

Westhoff (2011, 245) develops the idea of a[3]

> Sammlung geschickter, einfacher, kurzer und hochfrequenter Chunks, mit deren Hilfe sich Anfänger ein Repertoire zusammenstellen können, das es ihnen erlaubt, in kürzester Zeit mit möglichst wenig Belastung ihres Arbeitsgedächtnisses möglichst viel Inhalt zu vermitteln und zu verstehen.

The VinoLingua chunks comply exactly with this definition: they comprise partly very simple expressions like greeting formulae, but also all kinds of more complex constructions, preferably half sentences and whole sentences with changing adjectival or nominal "fillers". These come from the VinoLingua corpus, where they proved to be very useful and polyfacetic; the learner is expected to memorize them at first without yet being able to relate them to bigger grammatical paradigms or rules. In French, e.g., such a chunk could be *"nous avons un vin…"*, with a free place for an adjective, or, in analogy with this, *"nous avons un goût…"*, or *"nous avons un parfum…"* – a set of expressions which allow a learner to go pretty far during a wine tasting, even without knowing any other form of the *avoir*-paradigm or the feminin variants of the adjectives to be inserted. In a similar way, when describing the

---

[2] „Chunks is the name given to not further analyzed combinations that, although composed by several words, are being perceived and learned as one single learning unit, as if they were just one word. Such chunks may be complete linguistic utterances, such as *Zum Schluss. – Guten Appetit. – Darf ich Sie bitten?*
But they are often semi-finished products, structures that have to be completed in order to produce a real utterance: *Ich wüsste gern,… - Eines Tages… - Zum einen…, zum anden…*
In all of these cases we have linguistic elements that would be difficult to construct through the application of grammatical rules. As they occur very frequently, it is more efficient to avoid this construction process and to learn the utterance as a whole, as if it were one single word." (translation: E.L.)

[3] „A collection of practical, simple, short and highly frequent chunks, which enables the beginning learners to compile a linguistic repertoire that allows them to transmit and understand a maximum of content in a minimum of time and with a minimum of strain on their working memory." (translation: E.L.)

work in the cellar, an expression like *"on fait…"* or *"ensuite, on fait…"* combined with different action nouns would be a structure that allows one to describe in a simple way many kinds of activities that are part of wine making. In later parts of the programme chunks are being reduced and grammar is becoming more important, but still the most useful complex units are being emphasized and the learner is instructed to make their own "cheat slips", filling in their own words into given text structures, e.g. "My personal wine making philosophy", "My prices and selling conditions", etc.

Lezione 3
Attività 5 ✐ Completa / Completa / Ergänzen Sie / Complétez:
La tua scheda personalizzata «Il mio vino»

I nostri vini bianchi sono_____
I nostri vini rossi sono _____
Ecco un _____ , vitigno _____ annata _____
Il colore è _____ (giallo paglierino, giallo ambrato, rosso rubino, rosso granato, …)
Al naso è _____ (intenso, piacevole, …)
Ha un profumo di _____ (tabacco, ciliegia, mela, spezie, …)
In bocca è _____ (rotondo, morbido …)
Questo vino si abbina con _____ (le carni rosse, le carni bianche, i formaggi, i cantuccini)
Costa _____ euro la bottiglia

Figure 1: One example of a "cheat slip" ("fiche personnalisée")

15. Integrating cultures

Cultural aspects are a fixed element in the VinoLingua courses, and they are always specific to the wine culture of each project region or regions: Tuscany for Italian, Burgundy for French, Toro for Spain and Krems and South Tyrol for German. Each VinoLingua unit ends with its own culture item, which is conceived in the form of a comprehension exercise and introduces wine-relevant aspects of the regional culture.

No less important for the VinoLingua cultural work is the multilingual culture brochure that presents and puts into relation all of the project regions and therefore all four languages and five regions to all learners. It was compiled in the framework of an Innsbruck

project seminar (Ursula Moser, Angelo Pagliardini) by the project partners in collaboration with the students and was presented to a broader public during a special event.

The culture brochure presents the wine-growing regions of the project, and it makes people want to know more about it. It is thus advertising material for the project as well as for the project regions (and shall motivate these regions to in turn promote the project and to sponsor certain extra activities). In this way, the culture brochure has a similar function to the flyer (which in turn was one of the first project products): it transmits information to the outside, and it offers information and materials to "taste". It contains the presentation of the five project regions involved, but not like in a brochure for tourists but mainly about plurifacetic and unexpected cultural aspects: wine festivals, wine saints, explanations about the particularities of wine-growing (cultivation methods, types of vines…), the when & how of drinking wine, etc.

16. Development of units

When writing the VinoLingua units, it was important to avoid the four languages drifting apart. Therefore, a detailed curriculum was established and one of the writing groups, the French group (directed by Brigitte Seidler-Lunzer, Innsbruck) took over the lead part. They started writing the lessons and sent them to the other groups as models as soon as they were completed. The groups contained didactics experts, language teachers and linguists, who remained in close contact and constantly shared the results of their work. An important role was also played by the winegrowers who supervised the practical connection of each unit and contributed their situative and specialist knowledge. When a lesson was particularly difficult, the writers used to call a wine grower and ask them to give their expertise.

Each unit starts with an overview of the contents (speech acts, grammar, culture); it then begins with an exercise that asks the learner to connect three sentences with three pictures. The lesson itself is divided into two parts: there are two dialogues (or monologues/presentations), each of which is accompanied by its own list of vocabulary, chunks and of grammar. These are then applied in a series of exercises that are meant to consolidate the chunks and practise the grammar. After the second dialogue and its exercises one very often finds a "cheat slip", with which the learner can adapt the linguistic material to his own needs; and at the end of the lesson comes the culture item. All study materials in all target languages have been made accessible from all possible source languages, i.e. the twelve combinations are being provided for: i.e., all dialogues, all vocabulary, all chunks and all explanations and instructions have been translated into the three possible source languages respectively. The

texts, pronunciation exercises and culture items have all been audio recorded and provide the learner with comprehensive audio- (and partly video-) study material.

17. VinoLingua films

The medium film plays a multi-faceted role in the VinoLingua project. First, as the medium of the spoken video corpus of wine tastings, vineyard visits and related situations that forms the basis of the linguistic analyses and determines the content of the study units. Second, as the documentation of the project seminars: in various project seminars there was a film group that documented the activities and presented their film in the concluding event of the seminar. Third, as the impulse film which wants to motivate winegrowers to learn languages by showing how winegrowers from different project regions present their wine in a foreign language. Fourth, as the video podcasts for which the most significant passages of the rich video materials have been selected in order to construct listening comprehension and other exercises. And fifth, in the video passages that form part of the texts of the level 3 lessons and confront the learner with authentic material didactically exploited.

18. Dissemination, long-term implementation

It is not enough to produce teaching materials on the topic of wine for the four project languages. It is also important to make the results of the project known to the target group, to make them available to them, and to be used by them throughout Europe. This is why the last phase of the project is the dissemination and implementation phase. The first important component is to make sure that the VinoLingua book or books are published by a good language teaching publisher or that they are being sold through a good internet marketing system.

What's more, the project partners are already establishing intensive and varied contacts in all project countries to get support to offer VinoLingua materials and VinoLingua courses for winegrowers all over Europe. Many professional associations, institutions of professional training and development, wine marketing organisations etc. are already associated partners of the project and will be involved more intensively after the completion of the project in order to secure widespread dissemination of VinoLingua teaching materials. The results of the project shall be included in the ECVT system (comparable to the ECTS-points system at universities), which will make it possible that a VinoLingua course completed e.g. in Austria will be accepted as equivalent also in partner countries.

Another important partner of the project is the European netword of viniculture colleges (50 schools in 12 countries) to which the project partners in Krems, Laimburg and Beaune have very good contacts and which can help to make VinoLingua courses known internationally. A long-term result of the project could then be that maybe one day there will be a kind of "Erasmus" programme for winegrowers all over Europe.

19. Possible follow-up projects

People that have dealt with wine all their lives but that do not live in one of the project regions, or speak one of the project languages, or represent one of the project countries, have contacted the project partners to tell them that other countries and languages also have a great wine culture and tradition. In the Romania there are of course Portugal and Roumania, but also in Slavic countries and beyond there are wine languages that would be worth teaching and studying. The VinoLingua flyer therefore says: How could it go on? For instance, one could think of expansions of the projects in three directions:

- VinoLingua East, with Hungary, the Czech Republic, Slovakia, Romania, Bulgaria and Slovenia;
- VinoLingua South with Portugal, Greece, Malta und Cyprus;
- VinoLingua North with Poland, Scandinavia, Great Britain and Ireland.

Particularly the VinoLingua project North does of course not aim for the same target group but for wine sellers, sommeliers and caterers, and wine lovers generally. This would mean an expansion of target groups that could be very appealing.

For the moment, however, the VinoLingua partners are being modest and are planning a VinoLingua II project with the same partners and the same languages, but on a higher language level, namely B2/C1, which could build on the first VinoLingua project and could accompany the winegrowers on their way to perfection in their chosen foreign language.

Translation: Carmen Konzett

The project website: www.vinolingua.eu

References

Althaus, Hans Peter (2006) : *Kleines Wörterbuch der Weinsprache.* München : C.H.Beck

Basile, Eva Rook / Germanò, Alberto (eds.) (2003): *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato. Verso un diritto agrario e agro-alimentare della*

produzione e del consumo. Atti del Convegno "Gian Gastone Bolla", Firenze, 9-10 novembre 2001, Milano: Giuffrè

Blouin, Jacques (2007): *Le dictionnaire de la vigne et du vin.* Paris : Dunod

Blumenthal, Peter (1979): Die Linguistik des Weingeschmacks. Ein deutsch-französischer Sprachvergleich, *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* 89/2, pp. 97-129

Centre de recherches en terminologie et traduction (eds.) (2009): *La métaphore en langues de spécialité, Actes des 2e journées, Lyon, 26 septembre 2008.* Lyon: Presses universitaires de Grenoble

Coutier, Martine (2007): *Le dictionnaire de la langue du vin*, Paris: éditions du CNRS

ELAN (2006) = CILT / InterAct International: *ELAN : Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise* [http://ec.europa.eu/education/languages/Focus/docs/elan_en.pdf ; 10/07/2010].

Gautier, Laurent / Lavric, Eva / Rousseau-Jacob, Isabelle (eds.) (forthcoming a) : *Figures et images dans les discours sur le vin en Europe* (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 5). Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang

Gautier, Laurent / Lavric, Eva (eds.) (forthcoming b): *Les descripteurs du vin : Regards contrastifs* (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 6). Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang

Gautier, Laurent / Lavric, Eva (eds.) (forthcoming c) : *Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe. Actes du colloque d'Innsbruck, 15-16 octobre 2012* (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 7), Frankfurt/M. et al.: Peter Lang

Heringer, Hans Jürgen (2009): *Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial* (mit Materialien auf CD-Rom). München: iudicium

Herling, Sandra (2009): Katalanisch als Sprache der Weinetikettierung – Betrachtungen aus soziolinguistischer Perspektive, in: Lavric / Konzett, pp. 171-184

Ibáñez Rodríguez, Miguel / Sánchez Nieto, María Teresa (eds.) (2006): *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción* (Soria, 3-6 mars 2004), Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial

Ibáñez Rodríguez, Miguel / Sánchez Nieto, María Teresa / Gómez Martínez, Susana / Comas Martínez, Isabel (eds.) (2010) : *Vino, lengua y traducción*. Valladolid : Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial

Lavric, Eva / Fischer, Fiorenza / Konzett, Carmen / Kuhn, Julia / Wochele, Holger (eds.) (2009): *People, Products and Professions. Choosing a Name, Choosing a Language. Fachleute, Firmennamen und Fremdsprachen* (Sprache im Kontext 32), Frankfurt/M. e.a.: Peter Lang

Lavric, Eva / Konzett, Carmen (eds.) (2009): *Food and Language. Sprache und Essen* (InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation 2), Frankfurt/M. e.a.: Peter Lang

Lerat, Pierre (2006) : Dénominations spécialisées, connaissances professionnelles et connaissances linguistiques en terminologie. Le cas du vin, in: Ibáñez Rodríguez / Sánchez Nieto, pp. 201-224

Milot, Ludovic (2012) : *Vergleiche und Vergleichsstrukturen in einem Fachdiskurs*. Master's thesis, Université de Bourgogne (Dijon)

Neethling, Bertie (2009): Names as a Vehicle towards Transformation in the South African Wine Industry, in: Lavric et al., pp. 279-288

Ratt, Dorothea (in prep.): *La degustación del vino en la bodega*, Master's thesis, Univ. Innsbruck

Rézeau, Pierre (2008): *Le dictionnaire des noms de cépages de France*, Paris : éditions du CNRS

Rieder, Anna (2013): *C'é degustazione e degustazione: vino, lingua e strategie discorsive. Un'analisi nell'ambito del progetto VinoLingua*. Master's thesis, Univ. Innsbruck

Rossi, Micaela (2009a): Langue et culture dans un verre : pour une étude multilingue du langage du vin, in: Lavric / Konzett, pp. 161-170

Rossi, Micaela (2009b): L'emploi de la métaphore comme ressource pour la néologie terminologique : le cas du langage de la dégustation du vin, in: Centre de recherches en terminologie et traduction, pp. 199-227

Rupprechter, Eva-Maria (2010): *VinoLingua : Les viticulteurs en tant qu'apprenants de langues étrangères*. Master's thesis, Univ. Innsbruck

Rupprechter, Eva-Maria (2012): *Un exemple d'utilisation d'un jargot. Le positionnement du dégustateur de vin à travers les stratégies lexicales et discursives*. Master's thesis (Master conjoint), Univ. Paris 5 René Descartes & Univ. Innsbruck

Santos, Peñín (1999): *Diccionario Espasa Vino*. Madrid : Espasa-Calpe

Speranza, Salvatore / Vedovelli Massimo (2003): Seduzione e informazione: il risvolto dell'etichetta. Note per una enogrammatologia, in: Basile / Germanò, pp. 49-104

Vedovelli, Massimo (2011): Gli enogrammi: seduzione, prelati tedeschi, surdeterminazioni, in: *Treccani.it*, l'enciclopedia italiana [http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/vino/Vedovelli.html, 25/09/2011]

Westhoff, Gerhard J. (2011): (Review of: Hans Jürgen Heringer:) "Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial", in: *Deutsch als Fremdsprache* 4, pp. 243-247

EVA LAVRIC

VINOLINGUA – LE VIN, LES CULTURES, ET LES LANGUES

« VinoLingua » est un projet européen (programme « Lifelong Learning / Leonardo da Vinci », durée janvier 2010 – mars 2013) qui a pour but de créer du matériel didactique pour l'enseignement des langues aux viticulteurs. Les langues visées sont l'allemand, le français, l'espagnol et l'italien, chacune pouvant être langue de départ ou langue cible (12 combinaisons possibles).

VinoLingua est un projet innovateur en ce qu'il allie un niveau débutants (A1, A2, B1 du cadre européen de référence) à l'enseignement d'une langue de spécialité à des professionnels. C'est un projet basé sur une étude des besoins du groupe cible, étude qui avait révélé la nécessité d'un cours d'auto-apprentissage, centré principalement sur l'activité de dégustation. Celle-ci peut se dérouler dans le cadre d'une visite au domaine ou dans celui d'un salon du vin. Cette situation a été documentée et étudiée dans les quatre langues à travers un corpus vidéo, qui est à la base des leçons et qui fournit du matériel d'étude authentique.

L'enseignement se situe à trois niveaux, avec une progression « en hélice » : il présente les différentes situations plusieurs fois, dans des contextes différents et avec des degrés de difficulté en augmentation. Ainsi, l'activité de dégustation revient six fois dans le cours du programme. Le premier niveau raconte une visite individuelle au domaine, le second la participation à un salon du vin, et le troisième une visite du domaine par un groupe. Sont associés au thème de la dégustation celui de la présentation de l'entreprise, des travaux de la vigne et de la cave, ainsi que la vente en direct et par internet, en gros et en détail.

La progression linguistique commence avec un accent mis sur les « chunks », des unités linguistiques complexes qui peuvent être mémorisées, recyclées et modifiées sans qu'il y ait forcément une compréhension grammaticale de détail. Elle introduit peu à peu la grammaire strictement nécessaire, tout en ajoutant des « chunks » plus complexes, susceptibles de nombreuses variations. Elle débouche finalement dans les dernières unités sur l'étude de vidéos authentiques tirées du corpus et sur une observation des marques du parlé.

Dans la plupart des unités, des « fiches personnalisées » invitent le viticulteur apprenant à se créer, à partir du matériel linguistique donné dans la leçon, un texte adapté à ses propres besoins, une description de son domaine à lui, de ses vins, de ses conditions de vente etc., qu'il pourra mémoriser et utiliser dans les contacts avec des clients étrangers.

A ne pas oublier le côté culturel : VinoLingua est basé sur la culture de cinq régions viticoles européennes, le Tyrol du Sud, la Basse Autriche, la Bourgogne, la Toscane et Toro en Espagne. Les différentes cultures du vin sont présentées à l'exemple de ces régions, à travers des items culturels présents dans chaque leçon et à travers une brochure culturelle qui accompagne les manuels.

Ces manuels (quatre, un pour chaque langue) sont complétés par un site internet qui donne du matériel supplémentaire (p.ex. les traductions de tous les dialogues dans toutes les langues et une base de données terminologique créée spécialement pour le projet) et propose des exercices sur vidéo ainsi qu'un forum qui permettra aux viticulteurs vinolinguistes de se contacter et de créer une communauté qui s'entraidera en tandem et en petits groupes à pratiquer les langues étrangères apprises. Par ailleurs, le réseau européen des écoles de viticulture (50 écoles, 12 pays) devrait reprendre les matériels VinoLingua et les insérer dans ses enseignements, si bien que ceux-ci serviront également pour un enseignement plus classique.

1. Introduction – présentation du projet

« VinoLingua »[4] est un projet européen qui a pour objectif de créer du matériel d'apprentissage des langues pour les viticulteurs. Il appartient au programme « Leonardo da Vinci », qui fait partie du « Lifelong Learning Programme » (Apprentissage tout au long de la vie) de l'Union Européenne. Les langues visées sont l'allemand, le français, l'espagnol et l'italien ; le programme couvre les niveaux A1, A2 et B1 du cadre européen de référence. Le projet se propose en outre de donner aux viticulteurs envie d'apprendre des langues étrangères.

VinoLingua est un projet innovateur en ce qu'il allie un niveau débutants à l'enseignement d'une langue de spécialité à des professionnels. Il envisage les langues et les cultures du vin sous un aspect régional. Et il allie dans son consortium des universités et des écoles de viticulture.

Dans ce qui suit, nous présenterons d'abord l'intérêt et la genèse du projet ainsi que ses partenaires et son ancrage régional, avec les contributions des différents acteurs, pour nous

[4] Le projet: *VinoLingua* – Agreement : Leonardo da Vinci Programme (2009), Lifelong Learning Programme, Multilateral Project for the development of innovation, Vocationally oriented language learning, priority 4 – Develop Vocational Skills considering the labour market needs, Grant Agreement No. 2009-2179/001-001

intéresser ensuite à l'élaboration du matériel didactique, en commençant par l'analyse des besoins linguistiques du groupe cible, les corpus réunis, et les différents éléments du programme ; nous insisterons surtout sur les principes didactiques et sur la méthodologie du projet (situations présentées, structure du curriculum, plan des leçons, intégration du matériel authentique, importance de la culture), pour finir avec les perspectives d'avenir de « VinoLingua », son application et son utilisation tant dans les écoles de viticulture européennes que par des réseaux d'apprenants autonomes.

2. Nécessité du projet

L'étude ELAN 2006 de l'UE, effectuée auprès de PME exportatrices dans 29 pays, a montré que les PME européennes souffrent très souvent d'un manque de compétences linguistiques au sein de l'entreprise, et que cette carence génère un manque à gagner annuel de l'ordre de cent milliards d'euros (cf. ELAN 2006, 5). Ceci est d'autant plus vrai pour les entreprises vini-viticoles, qui sont pour la majeure partie des entreprises familiales, à fort ancrage régional, et qui à l'heure actuelle s'orientent de plus en plus vers l'international.

3. Analyse linguistique du langage du vin

La linguistique, la lexicologie et la lexicographie ne sont pas restées inactives pour ce qui est du langage du vin : pour ne citer que quelques-uns des nombreux travaux, on se rappellera pour le français les dictionnaires de Coutier (2007), de Blouin (2007) et de Rézeau (2008), pour l'allemand, celui d'Althaus (2006) ; et pour la linguistique contrastive français-allemand, l'étude de Blumenthal (1979). Pour l'espagnol, il existe le dictionnaire de Santos (1999) et les deux ouvrages collectifs édités par Ibáñez Rodríguez et al. (2006 et 2010) ; pour l'italien, Vedovelli et ses collaborateurs (partenaires du projet VinoLingua) ont travaillé sur les étiquettes (voir Speranza/Vedovelli 2003 et Vedovelli 2011). À ne pas oublier les travaux de Rossi sur les métaphores du vin dans plusieurs langues (Rossi 2009a et b). Ce n'est là qu'un petit aperçu de la littérature spécialisée ; pour plus d'informations, nous renvoyons à la bibliographe « Vin et langue » à la fin de ce volume.

Cependant, pour les fins du projet VinoLingua, les études existantes se sont avérées insuffisantes. En particulier, il manquait des études linguistiques et discursives sur l'activité

de dégustation, et aussi des travaux de didactique sur l'enseignement du langage du vin. Le projet a voulu y remédier à travers des mémoires de maîtrise confiés à des étudiant(e)s des universités partenaires :

- à Innsbruck, le mémoire de Eva-Maria Rupprechter (2010) sur la conception didactique à adopter pour les viticulteurs,
- à Dijon, le mémoire de Ludovic Milot (2012) sur la comparaison dans les dégustations françaises et allemandes,
- à Innsbruck et Paris, le travail de Eva-Maria Rupprechter (2012) sur le positionnement du dégustateur vis-à-vis de son public et les stratégies de divulgation présentes dans son discours,
- et enfin à Innsbruck, le mémoire (en cours) de Anna Rieder sur la structure discursive comparée des dégustations faites par les sommeliers et par les viticulteurs.

À ne pas oublier la série de colloques sur le langage du vin qui a accompagné le projet, organisée par les universités présentes dans le consortium : en automne 2010 et 2011, deux colloques ont eu lieu à l'Université de Bourgogne à Dijon (voir les deux ouvrages collectifs à paraître : Gautier et al. en prép.), et en automne 2012, un troisième colloque s'est tenu à Innsbruck, qui est à l'origine du présent volume d'actes.

4. Idée et genèse du projet

L'idée du projet a été conçue par Maria Gnilsen, qui remplit actuellement dans le consortium la fonction de coordinatrice, lors de son travail d'enseignement des langues (italien, français) dans la formation continue pour adultes. C'était dans une région viticole de Basse-Autriche, et son public était composé dans une large majorité de viticulteurs. Ceux-ci ne voulaient pas apprendre le langage général, mais bien la langue de leur spécialité. C'est ainsi que Maria Gnilsen s'est rendue compte du manque absolu de matériel didactique pour l'enseignement du langage du vin. À part quelques collections de matériel pour l'anglais, toutes les autres langues constituaient un terrain en friche.

Ayant compris que c'était là un problème au niveau européen voire mondial, Maria Gnilsen s'est orientée vers les programmes de l'Union Européenne, notamment le programme Lifelong Learning. Elle a trouvé une partenaire en la personne d'Eva Lavric, professeur de linguistique romane à l'Université d'Innsbruck. C'est cette coopération qui a orienté le projet vers l'allemand et les langues romanes. VinoLingua a finalement été accepté par l'UE,

obtenant un financement sur trois ans, de 2010 à 2012, qui a été prolongé de trois mois, donc jusqu'en mars 2013.

5. Ancrage régional et interdisciplinarité – le consortium

Le projet VinoLingua s'appuie sur neuf partenaires issus de quatre pays et de cinq régions vini-viticoles européennes. Il est fondamentalement interculturel et interdisciplinaire, puisqu'il réunit dans son consortium des universités (avec des linguistes, des didacticiens et des enseignants), des écoles de viticulture (avec des enseignants-viticulteurs), et deux entreprises privées, dont une école de langues. Les cultures du vin qu'il cherche à faire connaître ne sont pas des cultures nationales, mais bien des cultures régionales ; aux langues du projet correspondent en effet des régions vini-viticoles bien précises qui les représentent :

- Le Tyrol du Sud en Italie est l'une des deux régions emblématiques pour l'allemand ; il est représenté par l'école de viticulture de Laimburg et par l'Université d'Innsbruck.
- L'autre région germanophone est la Basse-Autriche, avec comme centre vini-viticole la ville de Krems, qui participe au projet à travers son école de viticulture.
- Pour le français, c'est la Bourgogne qui est la région clé, avec l'Université de Bourgogne à Dijon et l'école de viticulture de Beaune.
- L'italien est représenté par la Toscane et l'Università per stranieri di Siena.
- Enfin, l'espagnol figure dans le projet à travers la région de Toro, avec l'Université d'Oviedo et l'école de langues « Tolingua », spécialisée dans l'enseignement du langage du vin.
- À ne pas oublier l'entreprise « linguistics innovation » de la coordinatrice Maria Gnilsen.

6. Contribution des étudiants d'Innsbruck

À l'institut de philologie romane de l'université d'Innsbruck, « VinoLingua » a été accompagné, pendant toute sa durée, par des « séminaires-projet » qui ont permis à des centaines d'étudiants de se familiariser avec le projet, de participer à ses activités et de contribuer à ses tâches. Ils ont ainsi apporté à VinoLingua leur travail, leur enthousiasme et

leur créativité, et cette contribution généreuse a été sur bien des points décisive pour la réussite du projet.

Leur première tâche a été d'informatiser et de cataloguer un vaste corpus écrit du langage du vin réuni par les partenaires du projet, qui a fourni une riche source de matériel linguistique. Les étudiants ont ensuite travaillé sur le corpus vidéo oral de dégustations dans les quatre langues (voir ci-dessous, chap. 13), pour lequel ils ont été chargés de la transcription ainsi que de l'exploitation didactique (« podcasts »). Ils ont également participé à l'élaboration du curriculum VinoLingua, comme à la rédaction de la « brochure culturelle » (voir 16.), qui présente les cinq régions vini-viticoles du projet. Ils ont organisé quatre excursions – dans deux régions viticoles du Tyrol, et deux fois à Bruxelles, à l'Union Européenne – et les ont documentées à travers des films. Ils ont organisé chaque semestre une grande manifestation publicitaire, avec dégustation, destinée à faire connaître VinoLingua au sein de l'université, mais aussi auprès d'un public plus vaste. Et enfin, les étudiants ont pris une part on ne peut plus active dans l'élaboration des manuels VinoLingua, aidant les partenaires dans la rédaction des leçons, écrivant des exercices, traduisant des dialogues, se chargeant du layout, cherchant des photos, rédigeant des corrigés… Les produits VinoLingua portent à jamais leur marque, presque autant que celle des partenaires.

7. Analyse des besoins linguistiques et didactiques du groupe cible

Le projet VinoLingua a commencé, comme il se doit pour un projet de formation continue, avec une analyse détaillée des besoins linguistiques et des préférences didactiques du groupe cible. Une enquête par questionnaire auprès de centaines de viticulteurs des différentes régions a montré que les vignerons ont bien envie d'apprendre les langues, mais qu'ils n'ont guère le temps ni l'occasion de le faire. Très occupés dans leur vignoble et dans leur cave, ils n'ont que quelques rares moments dans l'année pour étudier une langue étrangère. Habitant dans des régions rurales, ils ont souvent un long chemin à faire pour arriver au centre de formation le plus proche ; et les cours qui y sont dispensés ne correspondent pas forcément à leurs besoins.

Les viticulteurs préfèrent donc travailler en auto-apprentissage, et ils veulent apprendre tout de suite leur langue de spécialité, dès le niveau débutants. Ils s'accordent tous sur les situations principales dans lesquelles ils auraient besoin de compétences linguistiques : c'est tout d'abord et en premier lieu la dégustation. Ils désirent faire déguster leurs vins dans

une autre langue. Puis, il y a la visite du domaine, l'explication des travaux de la vigne et de la cave, l'entretien de vente. Enfin, ils souhaitent pouvoir participer à un salon du vin à l'étranger et y discuter avec les clients qui viennent déguster, les collègues et les négociants.

C'est là une liste restreinte et bien définie de situations de communication, et elle permet au projet de se concentrer sur l'essentiel. Tout le curriculum de VinoLingua est centré sur ces besoins concrets et clairement déterminés décrits par le groupe cible (voir ci-dessous, chap. 8 et 11).

Autre volet de l'enquête par questionnaire : les préférences didactiques et médiatiques des viticulteurs. Ils souhaitent une progression lente et des unités courtes, et surtout, ils souhaitent travailler avec un manuel. C'est là un imprévu qui a modifié considérablement le projet, car il était prévu à l'origine d'écrire un manuel informatique sur site web. Mais les viticulteurs affirment clairement qu'ils préfèrent travailler avec un livre. Le projet a donc dû repenser ses produits, ou plutôt, son produit principal, ce qui n'a pas été sans apporter des complications. VinoLingua comprend en effet quatre langues, dont chacune, pour l'apprenant, peut être soit langue cible, soit langue de départ : ce qui ne donne pas moins de douze combinaisons possibles ! Fallait-il donc écrire douze manuels différents ? S'y ajoutait le fait qu'il s'agissait de matériels d'auto-apprentissage, c'est-à-dire que les apprenants n'auraient pas un professeur auquel ils pourraient s'adresser lorsqu'ils n'auraient pas compris. Le cours VinoLingua doit donc être très bien fait pour tout ce qui est glossaire, traductions, explications, etc. L'équipe a opté pour quatre livres, avec des supports informatiques très complets pour fournir à chaque apprenant toutes les traductions et explications nécessaires dans sa langue maternelle.

8. Adaptation du Cadre européen commun de référence pour les langues

Pour savoir où on va, il convient de décrire le mieux possible ses propres objectifs. En matière d'apprentissage des langues, c'est le Cadre européen commun de référence pour les langues qui a établi de nouveaux critères pour la description des buts et des compétences. Cependant, ce CECR est axé sur le langage général ; si on veut s'en servir pour une langue de spécialité, on est amené à l'adapter. C'est ce que le projet VinoLingua a fait, pour les niveaux A1, A2 et B1 qu'il couvre, et pour le langage du vin qu'il enseigne.

Enseigner une langue étrangère de spécialité signifie couvrir des exigences thématiques et situationnelles plus restreintes, mais approfondies dans le domaine de

spécialité en question, en l'occurrence, le langage du vin et les discours correspondants. Connaissant les besoins situationnels des viticulteurs – la dégustation de vin en langue étrangère et tout ce qui l'entoure – il a été possible de pondérer les différentes compétences et d'insister sur la communication orale, souvent monologique, en ne gardant que quelques rares genres discursifs écrits (courriels, factures, formulaires en ligne…).

On a tenu compte aussi de la possibilité qu'ont les vignerons de se préparer aux situations linguistiques nécessaires, de rédiger et d'apprendre par cœur des textes qui décrivent leurs vins et leurs méthodes de travail personnelles (voir chap. 15, les « fiches personnalisées »).

9. Base de données terminologique

Le projet est complété par une base de données terminologique en ligne, dans les quatre langues, qui a été élaborée par Irmgard Rieder de l'Institut de traductologie d'Innsbruck avec ses étudiantes. La spécialité de cette base de données est le fait qu'elle ait été conçue pour des apprenants, et qu'elle utilise donc un langage simple, tant dans les définitions que dans les exemples. Elle est basée sur un système conceptuel parallèle dans les trois langues, qui sera présent sur internet sous forme d'une représentation graphique, permettant de sauter d'une langue à l'autre depuis la vue d'ensemble conceptuelle. À moyen terme, il est prévu d'ajouter à cette base de données terminologique l'anglais comme cinquième langue, atout qui augmenterait l'attractivité du site web VinoLingua.

10. Écueils et exigences de l'auto-apprentissage

Pour ce qui est des options de didactique et de méthodologie, rappelons ce qui vient d'être développé dans les chapitres 7 (besoins du groupe cible) et 8 (adaptation du CECR) : VinoLingua conçoit des manuels de langue destinés à l'auto-apprentissage, ce qui l'oblige à être très explicite et à fournir aux apprenants des traductions et des aides supplémentaires dans leur langue maternelle (d'autant plus qu'il n'y a pas moins de trois langues maternelles possibles pour chaque langue cible) ainsi que du soutien en ligne, par exemple sous forme de la base de données que nous venons de décrire.

Concevoir du matériel d'auto-apprentissage signifie que l'on doit veiller tout spécialement à sécuriser l'apprenant, à lui fournir tous les mots de vocabulaire, toutes les traductions et toutes les explications dont il pourrait avoir besoin ; si l'on ne veut pas encombrer les manuels, ceci doit se faire sous forme d'un complément en ligne.

Concevoir du matériel d'auto-apprentissage ne signifie pas cependant que l'on doive insister pour que celui-ci ne soit utilisé qu'en auto-apprentissage. Bien évidemment, les manuels VinoLingua pourront servir également dans des cours classiques, avec salle de classe, horaire fixe, groupe de camarades et professeur de langue, par exemple dans une école de viticulture ou un centre de formation vini-viticole. La conversion d'un cours d'auto-apprentissage en un cours classique ne pose pas problème ; c'est l'inverse qui serait difficile à faire.

Mais puisque VinoLingua est un cours d'auto-apprentissage, il faut réfléchir également aux difficultés que pose inévitablement un cadre de ce type : sans professeur, sans groupe, sans horaire fixe, l'apprenant risque de perdre bien vite sa motivation. Personne ne sera là pour l'encourager, ni pour évaluer ses progrès ou corriger ses productions en langue étrangère (par exemple, lorsqu'un viticulteur, à partir du matériel linguistique appris avec VinoLingua, rédige une description de son propre vin pour la dégustation).

Il faut donc réfléchir dès maintenant à des moyens de pallier à cet inconvénient :

- On pourrait prévoir des tuteurs VinoLingua, recrutés parmi les étudiants des séminaires-projet, qui (moyennant rétribution ou non) seraient disponibles pour corriger les textes écrits par les apprenants.
- La plateforme VinoLingua pourrait inciter les apprenants VinoLingua des différents pays à former des tandems d'apprentissage (voir la contribution de Coto Ordás dans ce même volume) pour s'entraider, s'entraîner ensemble et corriger mutuellement leurs productions.
- On pourrait encourager également la constitution de petits groupes d'apprenants VinoLingua résidant dans la même région, qui se rencontreraient une fois par mois autour d'un verre de vin pour s'encourager mutuellement et pour s'exercer dans la langue étrangère.
- Dans ce processus, les écoles de viticulture pourraient jouer un rôle de catalyseur et d'organisateur.

11. Contenus et structure du curriculum

Les enquêtes par questionnaire tout comme les expériences des viticulteurs présents dans le projet ont montré quelles situations le curriculum VinoLingua devait couvrir : tout d'abord et surtout, la visite d'un client ou d'un groupe de clients étrangers au domaine, et en second lieu la participation à un salon du vin à l'étranger. Dans les deux cas, la dégustation de vin s'avère être la situation centrale et principale de contact avec les clients. (Remarquons que le viticulteur ne doit pas forcément savoir faire déguster n'importe quel vin en langue étrangère, comme ce serait le cas du sommelier ; il lui suffit – du moins en un premier temps – de savoir décrire et déguster les vins de sa propre production.) Autour de la dégustation, viennent se grouper la visite au domaine, avec présentation de l'entreprise/de la famille et commentaire des activités liées à la vigne et à la cave ; et finalement, la vente. Pendant le salon, on peut en outre être amené à présenter sa région viticole, à dialoguer avec d'autres experts, et finalement à vendre à un négociant ou grossiste. Les documents écrits auxquels le viticulteur peut être confronté sont des sites web, des formulaires en ligne, des courriels ; ce qui peut l'amener à développer certains éléments de production écrite (courriels, factures…). À côté des connaissances techniques sur le vin et sur sa production, les éléments culturels jouent un rôle important (voir ci-dessous, chap. 16): culture régionale du vin, fêtes, spécialités culinaires, sites touristiques, anecdotes historiques… tout cela, mis à part le fait de servir de modèle linguistique, sert aussi à donner au viticulteur apprenant la saveur de la région viticole liée à la langue qu'il apprend.

12. Une progression cyclique, en hélice

On ne s'étonnera pas dès lors que la progression des manuels VinoLingua s'agence en trois niveaux, trois cycles d'apprentissage (20 unités didactiques au total). Le niveau 1 présente la visite du domaine par un client étranger, le niveau 2 la participation à un salon du vin, et le niveau trois revient à la visite du domaine, mais cette fois-ci avec un groupe de visiteurs et sous un angle un peu plus touristique. Profitant du fait que le nombre de situations à couvrir soit relativement restreint, la progression peut donc se faire cyclique, elle s'agence en quelque sorte en hélice : c'est-à-dire que les mêmes situations et activités sont présentées plusieurs fois, avec un degré de complexité linguistique croissant. Ainsi, la dégustation revient six fois, dans six unités différentes, avec des phrases et expressions très simples au début, puis de plus

en plus difficiles et complexes. Les autres sujets (entreprise/famille, vignoble, cave, vente) sont présentés trois fois, une fois à chaque niveau. La langue qu'on est censée employer commence par du préfabriqué, puis elle se fait de plus en plus libre, de plus en plus variable, et les textes présentés sont de plus en plus authentiques.

13. Authenticité du matériel – le corpus vidéo

Pour enseigner la dégustation en langue étrangère, encore faut-il qu'on la connaisse, qu'on sache bien comment elle se déroule en réalité et quels sont les moyens linguistiques qu'on y emploie. Pour ne pas partir d'une fiction ou d'une idée préfabriquée, le projet VinoLingua a réuni, pour les quatre langues, un vaste corpus vidéo de dégustations authentiques filmées, complété par des enregistrements vidéo des autres éléments de la visite au domaine.[5] Ce corpus a été transcrit et soumis à une analyse linguistique détaillée (voir les quatre mémoires de maîtrise cités en 3.). Les résultats ont servi de base aux dialogues du manuel VinoLingua. C'est donc un vaste corpus vidéo authentique qui a fourni le matériel linguistique du programme, matériel dont la l'introduction s'échelonne, on l'a vu, d'après le degré de simplicité/complexité.

Certaines parties du corpus vidéo fournissent aussi directement du matériel d'apprentissage : ainsi, au niveau 3, les quatre langues introduisent des textes vidéo authentiques, ce qui permet de travailler la compréhension orale et de se familiariser avec les marques du parlé. D'autres petites scènes vidéo ont été transcrites et complétées par un glossaire et des questions ; elles sont disponibles sur le web et constituent des exercices de compréhension (« podcasts ») supplémentaires.

Enfin, les vidéos ont aussi été utilisées dans la confection du « film VinoLingua », un court-métrage à but publicitaire visant à donner aux viticulteurs l'idée et l'envie d'apprendre les langues étrangères. Ce film pourra être projeté dans des salons du vin ou dans des congrès et colloques, pour faire connaître le projet auprès du groupe cible.

[5] La communication qui se déroule à l'occasion d'un salon du vin, elle, a bien pu être observée, mais elle n'a pas pu être enregistrée, car le bruit ambiant rendait la bande sonore pratiquement inutilisable.

14. Les « chunks », éléments linguistiques préfabriqués

Pour rendre le viticulteur apprenant opérationnel dès les toutes premières leçons, l'apprentissage linguistique commence au niveau 1 avec un accent mis sur les « chunks »[6], des unités linguistiques complexes qui peuvent être mémorisées, recyclées et modifiées sans qu'il y ait forcément une compréhension grammaticale de détail. Ces « chunks » peuvent être soit des expressions ou phrases tout entières (*Bienvenus au domaine ! À votre santé !*), soit des structures à trous (c'est-à-dire, susceptibles de variation : *le nez est…., la couleur est…*) que les débutants peuvent apprendre par cœur et réutiliser, sans nécessairement savoir les analyser.

En français, par exemple, la phrase *nous avons un vin…* constitue un excellent « chunk », puisque combinée à des adjectifs divers choisis dans une liste, elle permet de former toute une gamme de descriptions sans même connaître les autres personnes du verbe *avoir* ou les formes féminines des adjectifs utilisés. Ce « chunk » est de plus susceptible de variations, il se transforme par exemple en *nous avons une couleur…*, *nous avons un parfum…* ou *nous avons un goût…*, qui permettent de réaliser une dégustation complète même si on ne dispose que d'une compétence linguistique rudimentaire. Autre « chunk » très utile : *on fait…*, *d'abord, on fait…, ensuite, on fait…*, qui combiné à un nom d'action permet de décrire presque tous les travaux de la cave.

Peu à peu, le viticulteur apprendra aussi la grammaire de base et il saura s'exprimer plus librement ; mais même à un niveau plus avancé, il pourra être amené à se servir de « chunks » plus complexes, susceptibles de nombreuses variations (*en bouche, vous sentez des*

---

[6] Ces « chunks » sont une invention didactique assez récente. Le principe en est appliqué systématiquement dans Heringer 2009, un manuel de valences verbales destiné à des apprenants avancés d'allemand. Voici comment ils sont décrits par Westhoff (2011, 243) :

> Als Chunks werden unanalysierte Kombinationen bezeichnet, die zwar aus mehreren Wörtern bestehen, aber als eine einzige Einheit erfahren und gelernt werden, so als wären sie ein einzelnes Wort. Es kann sich dabei um vollständige Sprachäußerungen handeln wie z. B.:
> *Zum Schluss. – Guten Appetit. – Darf ich Sie bitten?*
> Aber oft sind es auch Halbprodukte, Module, die zu vollständigen Äußerungen ergänzt werden müssen, wie z. B.:
> *Ich wüsste gern, … – Eines Tages …. – Zum einen …, zum andern …*
> In allen Fällen handelt es sich um Sprachelemente, bei denen es ziemlich kompliziert wäre, sie mit Hilfe der üblichen Grammatikregeln zu konstruieren. Weil sie oft vorkommen, ist es viel ökonomischer, diesen mühsamen Konstruktionsprozess zu umgehen und die ganze Kombination direkt so zu lernen, als handele es sich um ein einziges Wort.

Westhoff (2011, 245) conseille aux apprenants de se constituer une

> Sammlung geschickter, einfacher, kurzer und hochfrequenter Chunks, mit deren Hilfe sich Anfänger ein Repertoire zusammenstellen können, das es ihnen erlaubt, in kürzester Zeit mit möglichst wenig Belastung ihres Arbeitsgedächtnisses möglichst viel Inhalt zu vermitteln und zu verstehen.

arômes/parfums/notes de….), qui permettent de faire une dégustation assez sophistiquée en s'appuyant cependant sur des phrases et expressions apprises par cœur.

15. Les fiches personnalisées (« pompes »)

Il est clair que les dialogues et textes des manuels VinoLingua présentent les vins et la culture du vin de la région associée à la langue cible : les vins de Toscane pour l'italien, ceux de Bourgogne pour le français, etc. Le viticulteur qui apprend la langue devra s'en servir pourtant pour décrire ses propres vins, son propre domaine. S'il est Autrichien, par exemple, il devra apprendre à décrire son Grüner Veltliner à l'aide du vocabulaire appris à propos des vins blancs toscans ou bourguignons.

Pour le préparer et l'aider à accomplir cette tâche, Jean-Louis Raillard, un des viticulteurs du projet, a inventé un « truc » extrêmement utile : les manuels VinoLingua offrent, à la fin de chaque unité, une « fiche personnalisée » ou « pompe » qui présente à l'apprenant, sur le thème de l'unité en question, les structures linguistiques générales réutilisables, assorties de « trous » dans lesquels il devra insérer les descriptions pour lui pertinentes et utiles. En voici un exemple pour l'italien :

Lezione 3

Attività 5 ✐ Completa / Completa / Ergänzen Sie / Complétez:

La tua scheda personalizzata «Il mio vino»

I nostri vini bianchi sono_____

I nostri vini rossi sono _____

Ecco un _____ , vitigno _____ annata _____

Il colore è _____ (giallo paglierino, giallo ambrato, rosso rubino, rosso granato, …)

Al naso è _____ (intenso, piacevole, …)

Ha un profumo di _____ (tabacco, ciliegia, mela, spezie, …)

In bocca è _____ (rotondo, morbido …)

Questo vino si abbina con _____ (le carni rosse, le carni bianche, i formaggi, i cantuccini)

Costa _____ euro la bottiglia

Figure 1: Exemple de « fiche personnalisée »

Donc, à la fin de chaque unité, le vigneron apprenant, à partir d'un texte à trous et du matériel linguistique qu'il vient d'apprendre, se fabrique son propre texte qui lui servira communiquer sur sa région, son domaine et ses vins à lui. Voici quelques sujets de « pompes » : *mon domaine ; ma région ; mon vignoble; mes vins ; mes conditions de vente ; dégustation d'un vin rouge ; dégustation d'un vin blanc ; histoire de la viticulture dans ma région*, etc.

Ce texte pourra être appris par cœur (dans le cas idéal) voire tout simplement lu (lorsqu'on est très pressé), et de toute façon emporté dans la poche pour sécuriser l'apprenant. Il permet en tout cas de communiquer en langue étrangère et d'être opérationnel dès le tout début de l'apprentissage.

16. Aspects et items culturels

La culture intervient dans le projet VinoLingua sous différentes formes :

- Dans la conception de base du projet, puisque celui-ci est basé non sur des cultures du vin nationales (si tant est qu'une telle chose existe), mais au contraire sur les « viti »-« cultures » spécifiques de cinq régions viticoles européennes.
- À travers la « brochure culturelle », qui présente les cultures du vin des cinq régions choisies ; elle est destinée à être lue par les apprenants dans leur langue maternelle respective, c'est pourquoi elle a été traduite dans toutes les langues du projet (et de plus en anglais), et elle sert de complément aux manuels ainsi que de support publicitaire pour le projet comme aussi pour ses régions.
- Et enfin, dans les « items culturels » qui se trouvent à la fin de chaque unité, sous forme d'un texte à lire et à comprendre, assorti d'un glossaire et de questions, avec, évidemment, tout ce qu'il faut de photos et de documents authentiques. Les sujets traités sont : les chansons à boire, les fêtes du vin, l'histoire de la viticulture dans la région, les spécialités culinaires liées au vin, des lieux et activités typiques comme les « Heurigen » en Autriche et le « Törggelen » au Tyrol du Sud, et bien d'autres encore.

17. Structure des unités

Chaque unité VinoLingua comprend :

- un encadré qui donne les objectifs (situations de communication, grammaire, aspects (inter-)culturels),
- un exercice préliminaire où il faut faire correspondre des photos et leur légende,
- deux dialogues,[7]
- chacun avec sa liste de vocabulaire, sa liste de « chunks », ses explications de grammaire,
- chacun aussi avec ses exercices (chunks, grammaire, prononciation, vocabulaire…),
- à la fin, une fiche personnalisée résumant le contenu du chapitre,
- et finalement un item culturel.

Les traductions du vocabulaire et des chunks sont disponibles dans le manuel, celles des dialogues et des items culturels le sont sur internet. On trouve également sur internet des exercices supplémentaires, surtout sous forme de « podcasts » vidéo. Tous les dialogues et tous les items culturels ainsi que les exercices de prononciation ont été lus et enregistrés par des locuteurs natifs et seront mis à disposition sur DVD, ensemble avec les vidéos authentiques utilisées dans plusieurs des unités du niveau 3.

18. Perspectives d'utilisation et de divulgation du matériel VinoLingua

Les manuels VinoLingua sont, à l'heure actuelle (mars 2013), plus ou moins achevés (il ne manque plus que le layout et quelques photos). On pourra donc très bientôt commencer à chercher pour eux une maison d'édition – maison d'édition qui doit être à même de couvrir les quatre aires linguistiques concernées, afin de garantir au programme une diffusion maximale, couvrant réellement l'Europe tout entière.

Des contacts ont déjà été établis, qu'il s'agit à présent d'approfondir, avec les organisations professionnelles des viticulteurs dans les régions du projet et avec les salons du vin dans toute l'Europe, afin de promouvoir le projet auprès du groupe cible. Un élément important de cette campagne doit être fourni par l'association mondiale des écoles de

[7] On trouve aussi quelques monologues, surtout au niveau 3, là où interviennent les documents vidéo authentiques, car ceux-ci montrent en général un viticulteur qui décrit un vin lors d'une dégustation, sans inclure la « phase questions ».

viticulture, qui tient chaque année un congrès qui est certainement le forum idéal pour présenter le projet.

Une fois les premiers « viticulteurs vinolinguistes » recrutés, il faut prévoir et animer un forum internet (voir chap. 10), afin de fomenter les échanges et de créer une communauté VinoLingua qui s'entraidera en tandem et en petits groupes à pratiquer les langues étrangères apprises.

On peut imaginer qu'il s'ensuivra une intensification des échanges « vinolinguistiques » intraeuropéens, qui pourrait conduire à des visites mutuelles et des stages entre viticulteurs de différentes régions, aboutissant un jour – et ce jour-là est proche, si on en croit les nouveaux programmes de l'Union Européenne – à la création d'une sorte de programme Erasmus professionnel pour les viticulteurs.[8]

Quant au consortium VinoLingua, il parle actuellement de se reposer un peu après la conclusion du projet, mais il commence déjà à discuter d'un projet VinoLingua 2, dont on ne sait pas encore s'il abordera les niveaux B2 et C1 dans les langues qui ont déjà été traitées, ou s'il se lancera à l'assaut de langues et de régions viticoles plus lointaines et plus exotiques, portugais, roumain, hongrois, langues slaves, langues scandinaves ?

Le site web du projet : www.vinolingua.eu

Bibliographie

Althaus, Hans Peter (2006) : *Kleines Wörterbuch der Weinsprache.* München : C.H.Beck

Basile, Eva Rook / Germanò, Alberto (éds.) (2003) : *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato. Verso un diritto agrario e agro-alimentare della produzione e del consumo. Atti del Convegno 'Gian Gastone Bolla', Firenze, 9-10 novembre 2001.* Milano: Giuffrè

Blouin, Jacques (2007) : *Le dictionnaire de la vigne et du vin.* Paris : Dunod

Blumenthal, Peter (1979) : Die Linguistik des Weingeschmacks. Ein deutsch-französischer Sprachvergleich. Dans: *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* 89/2, 97-129

Centre de recherches en terminologie et traduction (éds.) (2009) : *La métaphore en langues de spécialité, Actes des 2e journées, Lyon, 26 septembre 2008.* Lyon: Presses universitaires de Grenoble

Coutier, Martine (2007) : *Le dictionnaire de la langue du vin.* Paris : éditions du CNRS

ELAN (2006) : *Incidences du manque de compétences linguistiques des entreprises sur l'économie européenne*, Union européenne, http://www.ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_fr.pdf, (16/09/2007)

[8] À ne pas oublier les unités EQVET – équivalents des ECTS pour la formation professionnelle – qui n'existent pas encore vraiment mais qui devraient être mises en place dans les prochaines années, et qui permettraient alors de faire valider une formation linguistique VinoLingua dans n'importe quel pays d'Europe.

Gautier, Laurent / Lavric, Eva / Rousseau-Jacob, Isabelle (éds.) (à paraître) : *Figures et images dans les discours sur le vin en Europe* (InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation 5). Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang

Gautier, Laurent / Lavric, Eva (éds.) (à paraître) : *Les descripteurs du vin : Regards contrastifs* (InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation 6). Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang

Heringer, Hans Jürgen (2009) : *Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial (mit Materialien auf CD-Rom).* München : iudicium

Ibáñez Rodríguez, Miguel / Sánchez Nieto, María Teresa (éds.) (2006) : *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción (Soria, 3-6 mars 2004).* Valladolid : Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial

Ibáñez Rodríguez, Miguel / Sánchez Nieto, María Teresa / Gómez Martínez, Susana / Comas Martínez, Isabel (éds.) (2010) : *Vino, lengua y traducción*. Valladolid : Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial

Lavric, Eva / Konzett, Carmen (éds.) (2009) : *Food and language. Sprache und Essen* (InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation 2). Frankfurt a.M. e.a. : Peter Lang

Milot, Ludovic (2012) : *Vergleiche und Vergleichsstrukturen in einem Fachdiskurs.* Mémoire de maîtrise, Université de Bourgogne (Dijon)

Rézeau, Pierre (2008) : *Le dictionnaire des noms de cépages de France*. Paris : éditions du CNRS

Rieder, Anna (en prép.) : *C'é degustazione e degustazione: vino, lingua e strategie discorsive. Un'analisi nell'ambito del progetto VinoLingua.* Mémoire de maîtrise, Université d'Innsbruck

Rossi, Micaela (2009a) : L'emploi de la métaphore comme ressource pour la néologie terminologique : le cas du langage de la dégustation du vin. Dans : Centre de recherches en terminologie et traduction, 199-227

Rossi, Micaela (2009b) : Langue et culture dans un verre: pour une étude multilingue du langage du vin. Dans : Lavric / Konzett, 161-170

Rupprechter, Eva-Maria (2010) : *VinoLingua : Les viticulteurs en tant qu'apprenants de langues étrangères*. Mémoire de maîtrise, Université d'Innsbruck

Rupprechter, Eva-Maria (2012) : *Un exemple d'utilisation d'un* jargot. *Le positionnement du dégustateur de vin à travers les stratégies lexicales et discursives*. Mémoire de maîtrise (master conjoint), Univ. Paris 5 René Descartes & Université d'Innsbruck

Santos, Peñín (1999) : *Diccionario Espasa Vino*. Madrid : Espasa-Calpe

Speranza, Salvatore / Vedovelli Massimo (2003) : Seduzione e informazione: il risvolto dell'etichetta. Note per una enogrammatologia. Dans : Basile / Germanò, 49-104

Vedovelli, Massimo (2011) : Gli enogrammi: seduzione, prelati tedeschi, surdeterminazioni. Dans : *Treccani.it*, l'enciclopedia italiana http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/vino/Vedovelli.html (25/09/2011)

Westhoff, Gerhard J. (2011): (Compte rendu de: Hans Jürgen Heringer:) « Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial ». Dans: *Deutsch als Fremdsprache* 4, 243-247

Lavric, Eva: VinoLingua - le vin, les cultures, et les langues, in: Eva Lavric / Laurent Gautier (eds.) (forthcoming): Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe. Actes du colloque d'Innsbruck, 15-16 octobre 2012 (InnTrans), Frankfurt/M. et al.: Peter Lang

Wie Europas Winzer/innen Fremdsprachen lernen – Präsentation des EU-Projekts "VinoLingua"

Eva Lavric (Innsbruck)

1 Einleitung – Vorstellung des Projekts

Ziel des VinoLingua-Projekts ist es, durch die Erarbeitung von fachspezifischem Sprachlehr- und -lernmaterial in den Sprachen der europäischen Weinbauregionen Sprachbarrieren bei Europas Weinbauern abzubauen und dadurch ihre Absatzmöglichkeiten zu erweitern.

"VinoLingua" ist ein EU-Projekt des Lifelong-Learning-Programms (Leonardo-da-Vinci-Schiene), das für Europas Winzer/innen Sprachlehrmaterialien für die Fremdsprachen Deutsch, Französisch, Spanisch und Italienisch auf den Niveaus A1, A2 und B1 erstellt. Alle Sprachen fungieren dabei sowohl als Ausgangs- als auch als Zielsprache, was zwölf Kombinationen ergibt. Die Materialien sind für das autonome Lernen konzipiert, können aber auch in traditionellen Kursen verwendet werden; sie umfassen je ein Lehrbuch und ergänzende Materialien auf elektronischem Support. Zusätzlich zum Sprachlehrmaterial entstanden eine Kulturbroschüre und ein Impulsfilm, die Winzer/innen zum Sprachenlernen motivieren sollen. Das VinoLingua-Projekt will die Weinbauern/-bäuerinnen befähigen, ihren Wein in der Fremdsprache zu vermarkten und zu präsentieren. Es will aber auch durch das Thema "Wein" Interesse am Sprachenlernen wecken und die Weinbauregionen Europas miteinander vernetzen.

Die Situationen sind auf den beruflichen Sprachbedarf der Winzer/innen abgestimmt und drehen sich v. a. um die Weinverkostung (im Rahmen eines Betriebsbesuchs bzw. auf einer Weinmesse). Die Besonderheit des Projekts liegt in der Kombination von Fachsprachlichkeit und Anfänger-Niveau. Dafür wurde der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen inhaltlich-thematisch an die Bedürfnisse der Winzer/innen angepasst. Die Inhalte wurden durch eine Bedarfsanalyse bei der Zielgruppe sowie durch die Analyse eines Video-Corpus ermittelt; sie werden teilweise in Form von "Chunks" gelehrt, das sind fixfertige sprachliche Versatzstücke zum Auswendiglernen.

Die Sprachen werden regional verankert: Für das Deutsche stehen exemplarisch die Weinbauregionen Wachau bzw. Südtirol, für das Italienische die Toskana, für das Französische

Burgund und für das Spanische Toro. Aus diesen Regionen kommen auch die Projektpartner: Die Partnerschaft besteht, unter der Federführung des Instituts für Romanistik Innsbruck, aus vier Universitäten (Innsbruck, Siena, Oviedo und Dijon) und drei Weinbauschulen (Krems, Laimburg und Beaune); aber auch eine Sprachschule und ein Filmer/Graphiker sind involviert. Die Koordination hat die Initiatorin des Projekts, Maria Gnilsen, mit ihrer Firma "linguistics_innovation e.U.".

Das Projekt lief über drei Jahre, von 2010 bis 2012, mit einer Verlängerung um drei Monate bis März 2013; es hatte ein Gesamtbudget von ca. € 400.000. Eine wichtige Stärke des Projekts ist der intensive Kontakt zu Weinbauern, Weinbauschulen und institutionellen Wein-Promotoren in allen Regionen, der es ermöglichen wird, die Ergebnisse in der Erstausbildung wie in der Weiterbildung von Weinbauern/-bäuerinnen in ganz Europa zu implementieren.

2 Notwendigkeit des Projekts

Die im Jahr 2006 durchgeführte ELAN-Studie der EU hat gezeigt, dass europäischen Klein- und Mittelbetrieben jedes Jahr Geschäfte in Höhe von ca. hundert Milliarden Euro entgehen, weil sie nicht über ausreichende Fremdsprachenkompetenzen verfügen. Dieser Mangel wird gerade im Weinbausektor besonders spürbar, wo es gilt, mit Familienbetrieben und regional gebundenen Betriebsstrukturen Anschluss an globalisierte Märkte zu finden, ohne die eigene Identität, die ja auch Betriebskapital ist, zu verraten. Die Antwort besteht darin, durch differenzierte Fremdsprachenkenntnisse selbst mit ausländischen Partnern in Verbindung zu treten und die europäischen Weinregionen untereinander zu vernetzen.

Wenn die europäischen Winzer und Winzerinnen mit ihren Kunden und miteinander kommunizieren wollen, müssen sie Fremdsprachen lernen. Fremdsprachen im Plural, denn Lingua-Franca-Kommunikation in Englisch allein genügt bei weitem nicht, um stark kulturspezifische, emotions- und traditionsgebundene Inhalte zu transportieren, wie sie die Vielfalt des europäischen Weinsektors kennzeichnen. Es ist daher nur logisch, dass die Europäische Union ein Projekt fördert, das auf differenzierte, fachlich geprägte Mehrsprachigkeit bei Europas Weinbauern abzielt. Für solche Projekte der beruflichen Weiterbildung gibt es das Lifelong-Learning-Programm, und darin insbesondere die Leonardo-da-Vinci-Schiene. Diese Förderschiene unterstützt Mobilitäts- und Innovationsprojekte in der beruflichen Aus- und Weiterbildung sowie moderne Sprachen.

3 Forschungsstand und begleitende Forschung

Die Sprache des Weins ist ein durchaus nicht unerforschtes Thema. Bekannt sind zum Beispiel die Weinwörterbücher von Coutier (2007), Blouin (2007) und Rézeau (2008) für das Französische, das von Althaus (2006) für das Deutsche und das von Santos (1999) für das Spanische. Schon 1979 hat Peter Blumenthal einen deutsch-französisch kontrastiven Artikel über "Die Linguistik des Weingeschmacks" vorgelegt. Ebenfalls kontrastiv – jedenfalls translationsbezogen – sind die Sammelbände von Ibáñez Rodríguez et al. (2006 und 2010); in dem von 2006 legt z.B. Lerat 2006 Überlegungen zur Fachsprachlichkeit der Weinterminologie vor. Und der italienische VinoLingua-Projektpartner Massimo Vedovelli von der "Università per stranieri" in Siena ist ein Spezialist für die diskursive und kontrastive Untersuchung von Wein-Etiketten (vgl. Speranza / Vedovelli 2003 und Vedovelli 2011).

An dieser Stelle kann z.B. auch die Innsbrucker Forschungsgruppe "Kulturen und Kulinaria" und deren Sammelband "Food and Language / Sprache und Essen" (Lavric / Konzett 2009) erwähnt werden. In diesem Sammelband finden sich, nur als Beispiel von Weinsprach-Themen, Rossi 2009a und Herling 2009. Und auch im Sammelband "People, Products, and Professions. Choosing a Name, Choosing a Language. Fachleute, Firmennamen und Fremdsprachen" (Lavric et al. 2009) hat ein Teilnehmer sich von Thema Wein inspirieren lassen (vgl. Neethling 2009). Dabei sind Herling und Neethling onomastische Arbeiten, die sich über die soziokulturellen Implikationen von Weinbenennungen – und insbesondere der Sprachwahl bei der Weinbenennung – Gedanken machen. Rossi 2009a dagegen ist, ähnlich wie Rossi 2009b, tatsächlich eine kontrastiv-terminologische Arbeit, die sehr gut zum VinoLingua-Projekt passt, da sie die Metaphorik der Weinbeschreibung und die Terminologisierung der Metaphern in den fünf Sprachen Deutsch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Englisch kontrastiv untersucht und erstaunliche Parallelen, insbesondere bei der Körper-Metaphorik, aufdeckt.

Angesichts von so viel – auch kontrastiver – Forschung fragt man sich, warum das Thema "Wein" noch so wenig in didaktischer Perspektive betrachtet worden ist. Diese Lücke will das VinoLingua-Projekt schließen, immerhin für vier große Sprachen, mit einer vorläufigen Beschränkung auf das Anfänger- und Mäßig-Fortgeschrittenen-Niveau.

Zu diesem Zweck soll aber auch die Forschung in "Vinolinguistik" vorangetrieben werden. An der Romanistik in Innsbruck wurden gezielt mehrere Diplomarbeiten in diesem Bereich vergeben: Rupprechter 2010 zur spezifischen Didaktik für Weinbauern, Rupprechter 2012 zur

Weinverkostung im Vergleich Französisch-Deutsch, Rieder 2013 zur Weinverkostung durch Sommeliers und durch Weinbauern in Italienisch, und schließlich Ratt in Vorb. zur Weinverkostung im Spanischen. Eine weitere Diplomarbeit entstand in Dijon (Milot 2012), zum Vergleich in der Weinsprache Französisch-Deutsch.

Und der französischer Projektpartner Laurent Gautier von der Université de Bourgogne in Dijon begleitete das VinoLingua-Projekt, in Kooperation mit der Universität Innsbruck, mit einem jährlichen Kolloquium zur Weinsprache: Im September 2010 fand die erste Tagung unter dem Titel "Figures et images dans le discours sur le vin en Europe" in Dijon statt, im Oktober 2011 gab es, wieder in Dijon, eine Tagung zu "Les descripteurs du vin : regards contrastifs" – und die dritte Tagung der Reihe, zum Thema "Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe", wurde im Oktober 2012 in Innsbruck abgehalten (vgl. Gautier et al. in Vorb. a, b und c).

4 Idee und Entwicklung des VinoLingua-Projekts

Die Idee zu dem Projekt stammt von Maria Gnilsen, einer ursprünglich Innsbrucker Romanistin, die aus familiären Gründen nach Wien zog und in ländlichen Gebieten Niederösterreichs Italienisch- und Französischkurse unterrichtete. Im Weinviertel bestand ihr Publikum zu 80% aus Winzern/Winzerinnen, die eigentlich keinen allgemeinsprachlichen Kurs wollten, sondern einen Fremdsprachenkurs, der sofort auf ihre fachlichen Kommunikationsbedürfnisse eingehen sollte. Maria Gnilsen erkannte, dass es hier einen deutlichen und klar umrissenen Bedarf gab, dem aber keinerlei Angebot, weder im Bereich der Weiterbildungskurse noch im dem der Lehrbücher, gegenüberstand. Sie diagnostizierte Handlungsbedarf, aber nicht nur regional, sondern europaweit. Maria Gnilsens Befund wurde übrigens im Rahmen des VinoLingua-Projekts bestätigt, denn einer der ersten Arbeitsschritte bestand in der Erhebung bereits vorhandenen didaktischen Materials, und außer ein paar wenigen Materialien für Englisch konnten die Projektpartner keinerlei weinspezifische Sprachlehrmaterialien ausfindig machen.

Um das Projekt an die europäische Forschungslandschaft anzubinden, wandte sich Maria Gnilsen an ihre Stammuniversität Innsbruck, wo man ihr sagte, es gäbe eine Professorin, die sowohl in der Fachsprachendidaktik als auch im Bereich Sprache und Essen/Trinken bereits geforscht habe. Auf diese Weise kam Eva Lavric zu diesem Projekt und hat es von da an mit

Maria Gnilsen gemeinsam erarbeitet. Eine wichtige Weichenstellung dabei war insbesondere die Orientierung auf Deutsch und die drei wichtigsten romanischen Sprachen, Französisch, Spanisch und Italienisch, sowie die regionale Bindung des Projekts an je eine Weinbauregion in jedem Land. Gnilsen und Lavric bauten eine europäische Partnerschaft auf und reichten 2008 das Projekt zum ersten Mal bei der Lifelong-Learning-Schiene ein – zunächst noch ohne Erfolg. 2009, mit einer Einreichung in Englisch, erhielten das Projekt dann den Zuschlag. Zu erwähnen ist vielleicht auch, dass die Förderquote auf dieser Schiene damals ca. 10 % betrug. Das Thema wurde also von der EU tatsächlich als relevant und förderungswürdig erachtet.

5 Regionale Verankerung und Interdisziplinarität – die Partnerschaft

Durchgeführt wird das Projekt VinoLingua von einem Konsortium von neun Partnern aus vier europäischen Ländern: Frankreich, Italien, Spanien und Österreich. Jede Sprache und jedes Land wird durch eine typische Weinregion repräsentiert, um die kulturellen Inhalte nicht zu verzetteln und um der regionalen Verankerung des Kulturgutes Wein Rechnung zu tragen. Die Partner vertreten eine breite Palette an Kompetenzen und Hintergründen: Insbesondere wirkt die Kooperation von Wissenschaftler/inne/n (Linguistik, Translation, Didaktik) und von Didaktik-Praktiker/inne/n mit Weinbauern/-bäuerinnen und Lehrenden an Weinbauschulen sehr befruchtend. Das Projekt ist somit interkulturell und interdisziplinär angelegt, es wird durch die Zusammenarbeit der verschiedenen Gruppen und der verschiedenen Nationen überhaupt erst möglich.

Federführend bei VinoLingua ist die Universität Innsbruck, und zwar das Institut für Romanistik mit Unterstützung des Instituts für Translationswissenschaft. Hier noch einmal ein Überblick über die Projektregionen und die dort beheimateten Partner:

- Laimburg in Südtirol (Italien) für Deutsch, vertreten durch seine Weinbauschule;
- Krems in Niederösterreich, auch für Deutsch, auch eine Weinbauschule;
- Burgund in Frankreich, mit der Université de Bourgogne in Dijon und der Weinbauschule in Beaune;
- die Toskana in Italien, vertreten durch die Università per stranieri di Siena;
- und die Weinregion Toro in Spanien, mit der auf Weinsprache spezialisierten Sprachschule „Tolingua“ und der Universidad de Oviedo.

Neben der bereits erwähnten Koordinatorin, Mag. Maria Gnilsen, ergänzt das Team auch ein Graphiker, Photograph und Filmemacher (Josch Pfisterer aus Innsbruck) mit seinen speziellen Kompetenzen.

Als externe Evaluatorin konnte Prof. Rita Franceschini von der Universität Bozen gewonnen werden.

Außerdem haben die Partner Kontakte zu mehr als 80 Institutionen in allen Projektregionen geknüpft, von der Provinzregierung über das Netzwerk der europäischen Weinbauschulen bis zum Wirtschaftsförderungsinstitut, die als assoziierte Partner das Projekt wohlwollend verfolgen und es in der Phase der Disseminierung und Implementierung entscheidend unterstützen können.

6 Einbeziehung der Innsbrucker Studierenden

Eine *Win-win*-Situation ergibt sich dadurch, dass das Projekt an der Innsbrucker Romanistik systematisch mit Projektseminaren für Hörer/innen aller romanischen Sprachen begleitet wird. Projektseminare sind Lehrveranstaltungen wie z.B. Theaterprojekte, Übersetzungsprojekte oder die Organisation von Kulturveranstaltungen, in denen die Studierenden gemeinsam an einem auch für die außeruniversitäre Welt relevanten Projekt arbeiten. Sie ermöglichten es VinoLingua, die Innsbrucker Studierenden, die übrigens sehr gerne und sehr zahlreich bei diesen Seminaren mitmachten, systematisch in den Ablauf und die Tätigkeiten des Projekts einzubeziehen, ihnen so einen Einblick in das Funktionieren eines EU-Lifelong-Learning-Projekts zu geben und gleichzeitig ihre Motivation, Arbeitskraft und Kreativität für das Projekt fruchtbar zu machen.

Angelo Pagliardini aus Innsbruck betreute diese Projektseminare gemeinsam mit wechselnden Co-Lehrenden (Paul Rusch, Ursula Moser, und viermal Eva Lavric). Die Studierenden waren z.B. entscheidend an der Zusammenstellung und Digitalisierung des schriftlichen Corpus wie auch an der Transkription des mündlichen Corpus beteiligt; sie drehten mehrere kleine VinoLingua-Filme und organisierten regelmäßig Events in Form von Projektpräsentationen und Weinverkostungen, die entscheidend dazu beitrugen, das Projekt sowohl an der Universität als auch bei einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Bei selbst organisierten Exkursionen konnten sie Einblick in Weinbaubetriebe in verschiedenen Regionen Tirols nehmen und sogar in Brüssel das Funktionieren der Europäischen

Kommission und der für VinoLingua zuständigen Agentur miterleben. Weiters schrieben die Studierenden Probelektionen für die Weinsprachen Deutsch, Französisch, Spanisch und Italienisch und wirkten bei der Feinabstimmung des VinoLingua-Curriculums mit. In den späteren Projektseminaren wurden sie in das Schreiben der Lektionen und der ergänzenden Übungen und Erklärungen eingebunden; sie erstellten Vokabellisten und beteiligten sich bei der Übersetzung der Lektionen in sämtliche Projektsprachen – ein sehr wichtiger Aspekt, da VinoLingua ja ein Selbstlern-Kurs ist und die LernerInnen daher Hilfestellungen in ihrer jeweiligen Muttersprache brauchen. Außerdem waren sie in die Erstellung der Podcast-Übungen (kurze Video-Ausschnitte mit Transkription, Vokabeln und Verständnisfragen) eingebunden. Schließlich übernahmen einige von ihnen sogar Rollen bei den VinoLingua-Tonaufnahmen.

Sehr günstig wirkte sich bei alledem aus, dass Studierende aus allen romanistischen Studienrichtungen zum Projektseminar zugelassen waren und daher, zusammengenommen, über Kompetenzen in allen vier Projektsprachen verfügten. Daher werden sich nach Projektende, wenn die VinoLingua-Kurse laufen, aus diesen Studierenden auch Tutor/inn/en rekrutieren können, die die Winzer/innen beim Sprachenlernen unterstützen.

7 Schriftliches Corpus und erste Probe-Lektionen

Der erste Schritt des Projekts bestand darin, ein möglichst umfangreiches und vielfältiges Corpus der Weinsprache (geschriebene Texte aus dem Themenbereich Wein) aller vier Sprachen zusammenzustellen. Websites wurden gesichtet und beschrieben, und die vielfältigsten Materialien zur Weinbeschreibung und Weinkultur – von der Weinkarte bis zur CD mit Trinkliedern – wurden gesammelt, klassifiziert und auf einer internen Internet-Plattform zur Verfügung gestellt. Bei der Klassifizierung der mehreren Hundert Items war es wichtig, nicht nur die Textsorte und den Inhalt des jeweiligen Dokuments zu beschreiben, sondern auch den sprachlichen Schwierigkeitsgrad und die Eignung für didaktische Zwecke zu bewerten. Dieses Corpus kann als Referenz für die weitere Arbeit zur Weinsprache gelten. Es hat allerdings einen großen Schönheitsfehler: Es ist bis auf einige Trinklieder schriftlich, während das Projekt den Winzern und Winzerinnen doch hauptsächlich mündliche Sprachfertigkeiten vermitteln will. Daher wurde es später durch ein mündliches Video-Corpus ergänzt (siehe unten, Punkt 12).

Ein wichtiges Experiment, das die Studierenden für das Projekt übernahmen, war das Schreiben von Probe-Lektionen zum Thema Weinsprache für alle vier Sprachen. Da das schon im ersten Projektseminar geschah, stand das Curriculum damals noch nicht fest und es entstanden Beispiele (etwa zum Thema "Urlaub beim Weinbauern"), die nicht in die endgültigen Lehrmaterialien einbezogen werden konnten, die aber beispielhaft das Projekt illustrieren. Dieser Versuch hat gezeigt, dass es tatsächlich möglich ist, auf Anfänger-Niveau Sprachlehrmaterialien zum Thema "Wein" zu erstellen. Allerdings haben die vier Gruppen (zu Deutsch, Französisch, Italienisch und Spanisch) sehr unterschiedliche Dinge produziert, von umfangreichen Beinahe-Lehrwerken bis zu knappen, präzisen Verkostungslektionen, und von simplen Einstiegsdialogen bis zu komplexen Interaktionen. Es zeigte sich also, dass für das eigentliche Lehrwerk ganz genaue Vorgaben erarbeitet werden mussten, damit sich die vier Sprach-Lehrwerke einigermaßen vergleichbar und parallel entwickelten, und dass die vier Lektionen-Schreib-Gruppen sich ständig miteinander abstimmen mussten.

8 Terminologie-Datenbank

Als eine Art "Seitenprodukt" des VinoLingua-Projekts erstellten drei Diplomandinnen des Innsbrucker Instituts für Translationswissenschaft unter der Leitung von Irmgard Rieder eine Online-Terminologie-Datenbank zum Thema Wein (Weinanbau und -produktion sowie Weinbeschreibung, -verkostung und -vermarktung) für die Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Spanisch (Englisch ist derzeit in Vorbereitung). Abgesehen von der Viersprachigkeit ist das Besondere an dieser Datenbank die Tatsache, dass sie speziell für das VinoLingua-Publikum konzipiert wurde, also für Wein-Fachleute mit sehr guter Sachkenntnis, aber nur geringen Fertigkeiten in der zu lernenden Fremdsprache.

Die Erstellung einer projektspezifischen Terminologiedatenbank stellt eine wichtige zusätzliche Komponente im Rahmen des VinoLingua-Projekts dar. Diese Komponente wurde beim ursprünglichen Projektantrag, der ausschließlich sprachdidaktisch orientiert war, nicht berücksichtigt. Im Rahmen der Projektarbeit stellte sich aber rasch heraus, dass eine lernergerechte Terminologiedatenbank eine unverzichtbare Komponente für fachsprachliche Lehrmaterialien darstellt und dass die im Internet verfügbaren, sehr heterogenen Ressourcen für den Rahmen des Projekts entsprechend angepasst werden mussten.

Die Datenbank enthält einerseits alle notwendigen Fachtermini, berücksichtigt aber andererseits – vor allem im Bereich der Definitionen bzw. Beschreibungen – die geringe fremdsprachliche Kompetenz der Nutzer/innen. Deshalb wurden Definitionen bzw. Beschreibungen gefunden, die für einen Sprachlerner des entsprechenden Niveaus (A1, A2, B1 GERS) nachvollziehbar und verständlich sind. Da die bestehenden Terminologien hauptsächlich von Fachleuten für Fachleute in der jeweiligen Muttersprache verfasst worden waren, stellt dieser "didaktikorientierte" Ansatz des Terminologie-Projekts ein bisher kaum vorkommendes Spezifikum dar.

Ein weiteres – vor allem aus der Sicht der Didaktik – wichtiges Spezifikum ergibt sich durch die technische Umsetzung, die zusätzlich zur Präsentationsform der "klassischen" Terminologiedatenbank mit entsprechenden Verlinkungen auch den Zugriff zu den jeweiligen Informationen über ein graphisch dargestelltes Begriffssystem (C-map) ermöglicht. D.h., der Nutzer kann sich auf der Basis eines logisch-hierarchisch erstellten Begriffssystems den Wortschatz erarbeiten, den er für seine spezifischen Produkte braucht.

Das Teilprojekt Terminologiedatenbank ist in die VinoLingua-Kurse in Form einer Verlinkung der Online-Lehrmaterialien einbezogen.

9 Bedarfsanalyse und Ergebnisse

Dem VinoLingua-Projekt ist es wichtig, die Alltags- und Berufssituation seiner sehr spezifischen Berufsgruppe zu berücksichtigen, um einerseits ein möglichst schlankes Lernvolumen zu bieten und andererseits Sprechakte, Vokabeln und Satzstrukturen zu vermitteln, die auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind.

In der Gruppe der Weinbauern/-bäuerinnen sind die wesentlichen Hindernisse für das Sprachenlernen a) der Zeitmangel während der arbeitsintensiven Jahreszeiten, b) der Mangel an entsprechenden Kursangeboten in ländlichen Gebieten und c) die Diskrepanz zwischen den Inhalten allgemeinsprachlicher Kurse und den beruflichen Erfordernissen der Weinbauern. Genau aus diesem Grund wurde ja das VinoLingua-Projekt ins Leben gerufen. Es begann sinnvollerweise mit einer umfangreichen Bedarfserhebung bei der Zielgruppe. Auch die zeitlichen und örtlichen Lernmöglichkeiten der Zielgruppe sowie ihre Medien-Präferenzen sollten von Anfang an in die Konzeption des didaktischen Projekts einbezogen werden. Es wurde daher ein umfangreicher Fragebogen erarbeitet und 350 Winzern/Winzerinnen in den

verschiedenen Projektregionen vorgelegt. (Den Kontakt zur Zielgruppe stifteten dabei, wie sehr oft im Projektverlauf, die in der Partnerschaft involvierten Weinbauschulen.) Die Weinbauern/-bäuerinnen wurden gefragt, welche Sprachen sie lernen wollten, wie viel Zeit sie dafür aufwenden konnten und wann, und vor allem, für welche Situationen, Texttypen und Sprechhandlungen sie die Fremdsprachenkenntnisse genau brauchten.

Es zeigte sich, dass die Zielgruppe sich der Notwendigkeit von Fremdsprachenkenntnissen durchaus bewusst ist, dass aber ihre Zeitressourcen sich auf einige nicht so arbeitsintensive Phasen im Jahr beschränken. Reguläre, z.B. wöchentlich abgehaltene, Sprachkurse entsprechen inhaltlich nicht ihrem Bedarf und werden auch nur ganz selten in der näheren Umgebung angeboten. Die Winzer/innen wollen also nur zu gewissen Jahreszeiten Sprachen lernen und sie wollen bei der Zeiteinteilung flexibel sein. Sie wünschen sich kurze Einheiten, da sie nur ca. eine halbe Stunde "am Stück" lernen können, und das nur ein- bis dreimal pro Woche. Eine flache Progression und kurze Lerneinheiten sind daher unabdingbar, um die Zielgruppe nicht zu überfordern.

Bei der Medienwahl musste sich VinoLingua aufgrund der Bedarfsanalyse deutlich umorientieren. Ursprünglich war ein reines Online-Programm geplant, insbesondere auch wegen der zwölf möglichen Kombinationen von Ausgangs- und Zielsprache und weil man jedem Lerner Unterstützung in seiner Muttersprache bieten wollte. Die Befragung der Weinbauern und -bäuerinnen ergab allerdings, dass diese sich ganz eindeutig ein Lehrbuch wünschen. Daher besteht der Kern des VinoLingua-Programms nun aus einem Lehrbuch pro Fremdsprache, plus Zusatzmaterialien und -informationen auf CD und/oder im Internet. Aus psychologischen Gründen ist das Lehrbuch jeweils in drei Niveaus und damit voraussichtlich drei Heftchen aufgeteilt, die gemeinsam mit der Kulturbroschüre in einem Schuber untergebracht sein könnten, während Zusatzübungen, Podcasts und muttersprachliche Übersetzungen auf der Website des Projekts angesiedelt sind.

10 Didaktisch-methodische Optionen

Eine essenzielle Charakteristik von VinoLingua ist, dass es grundsätzlich Selbstlern-Materialien produziert. Lehrbuch und Zusatzmaterialien werden also so gestaltet, dass der Lerner/die Lernerin keinen Lehrer braucht, um beim Lernen zurechtzukommen. Daher der teilweise Rückgriff auf die Muttersprache des Lerners für Erklärungen, Übersetzungen und

Instruktionen sowie der Anspruch, diese jedenfalls *online* so vollständig wie möglich zu halten. Das bedeutet aber nicht, dass die VinoLingua-Materialien nicht auch in Kursen, etwa in Weinbauschulen oder in der Winzer-Fortbildung, verwendet werden können. Wegen der fehlenden Infrastruktur im ländlichen Raum soll es aber auch möglich sein, ganz alleine im Selbststudium den Kurs zu absolvieren.

Die Probleme dabei sind natürlich das fehlende *feedback* und die schwindende Motivation. VinoLingua plant daher gezielt Konzepte, die beides ermöglichen sollen: einerseits ein Internet-Forum, in dem sich VinoLingua-Lerner/innen vernetzen und zum Beispiel zu Lerntandems zusammenfinden können, die mittelfristig zu Freundschaften und gegenseitigen Besuchen führen könnten; und andererseits eine lose Struktur mit *online* verfügbaren Lern-Coaches und regionalen Grüppchen, die sich einmal im Monat oder einmal im halben Jahr treffen, gemeinsam Wein verkosten und dabei ihre neu erworbenen Fremdsprachenkenntnisse ausprobieren.

Wesentlich für VinoLingua ist, dass das Projekt von Anfang an auf die Fachsprache des Weines und damit auf die beruflichen Kommunikationsbedürfnisse der Winzer/innen abzielt. Das bedeutet einerseits eine Erschwernis wegen der oft komplizierten Terminologie, andererseits aber auch eine Erleichterung, weil sich der Kurs inhaltlich auf ganz bestimmte Themen und Situationen konzentrieren kann. Er braucht also nicht systematisch eine Vielzahl an Kontaktsituationen und Themen zu berücksichtigen, sondern vermittelt gezieltes, vertieftes Wissen zu einem Themenbereich – einem Themenbereich noch dazu, zu dem die Lernenden sachlich bereits eine beträchtliche Expertise angesammelt haben, so dass sie Fachausdrücke oft einfach durch Äquivalenz, ohne lange Erklärungen, verstehen und assimilieren können.

Als eine der ersten Aufgaben hat das VinoLingua-Team den europäischen Referenzrahmen GERS für das Thema "Wein" und die spezifischen Bedürfnisse der Weinbauern adaptiert. Dieser fachliche VinoLingua-GERS für die Niveaus A1, A2 und B1 wurde in alle Projekt-sprachen übersetzt und stellte eines der ersten Ergebnisse des Projekts dar, das die Orientierung für die folgenden Phasen vorgab. Er liefert außerdem die Basis für das VinoLingua Fremdsprachen-Portfolio, das die Winzer/innen in ihrem Sprachlern-Prozess begleitet und diesen Prozess und seine Fortschritte mit ihnen reflektiert.

11 Inhalt und Aufbau des Curriculums

Die Bedarfsanalyse zeigte sehr deutlich, dass es vor allem zwei Situationen sind, die der Weinbauer/die Weinbäuerin in der Fremdsprache bewältigen muss: den Besuch eines Kunden / einer Gruppe von Kunden auf dem Weingut und eine Weinmesse im Ausland. Im Zentrum beider Situationen steht die Weinverkostung als die zentrale sprachliche Aktivität des Winzers / der Winzerin, um die herum sich andere situative Elemente gruppieren: beim Besuch auf dem Weingut zum Beispiel die Besichtigung von Weingarten und Keller mit den entsprechenden Erklärungen, die Vorstellung des Betriebs, d.h. oftmals der Familie, und schließlich die Situation des Verkaufens; bei der Weinmesse die Beschreibung der Region und ihrer Besonderheiten, da diese ja nicht wie beim Besuch auf dem Weingut selbstverständlich gegeben ist. Die Weinverkostung selbst umfasst stets mehrere Weine, die beschrieben und oft miteinander verglichen werden. Dabei kann sich auch ein Dialog mit dem Kunden ergeben; es kann aber auch monologisch bleiben (während Verkaufssituation und Begrüßung essentiell dialogisch sind).

Dieser weitgehend monologische Charakter ist eine Erleichterung für den blutigen Anfänger, die es ihm ermöglicht, in den ersten Lernphasen vorher zusammengestellte und mehr oder weniger auswendig gelernte Texte zu verwenden, bei denen er notfalls sogar einen "Schummler" zu Hilfe nehmen kann. Außerdem muss der Winzer ja nicht sofort jeglichen Wein, sondern zunächst einmal seine eigenen Weine beschreiben und vorstellen können. Dafür muss ihm das Programm die entsprechenden Termini, insbesondere Adjektive, zur Verfügung stellen, sowie ein Textschema, in das er diese einfügen kann. (Solche nach den persönlichen Bedürfnissen auszufüllenden Textschemata oder "Schummler" kommen in allen wesentlichen Lektionen vor.) In späteren Lernphasen erhöht sich mit den besseren Kompetenzen dann der Anteil der freien Produktion und des Dialogs.

Die zentralen Themen und Situationen bleiben aber in allen Lernphasen dieselben, und darum weist der VinoLingua-Kurs eine zyklische Progression auf (genauer genommen eine Helix- oder Wendeltreppen-Progression): Die zentrale Aktivität der Weinverkostung wird insgesamt dreimal, auf drei verschiedenen Sprachniveaus, präsentiert (eigentlich sogar sechsmal, da auf jedem der drei Niveaus zwei Lektionen der Verkostung gewidmet sind). Auf allen drei Niveaus kommen auch Weingarten, Kellerarbeit und Verkaufssituation vor, nur eben jeweils mit komplexeren sprachlichen Mitteln. Die erste der drei "Runden" (Lektionen 1-7) erzählt den Besuch eines Kunden auf dem Weingut; die zweite "Runde" (Lektionen 8-13) behandelt die Situation auf einer Weinmesse, und die dritte "Runde" (Lektionen 14-20) kommt noch

einmal auf das Weingut zurück, diesmal mit einer Gruppe als Kund/inn/en. In Level 3 wird bereits – beinahe zur Hälfte – nicht mehr mit selbstgeschriebenen Texten, sondern mit authentischen Videomaterialien aus dem Video-Corpus (s.u., 12.) gearbeitet.

Das VinoLingua-Curriculum ist im Laufe des Projekttreffens Ende 2010 in Toro genau ausgearbeitet worden; die relevanten Situationen wurden in einzelne Sprechhandlungen aufgeschlüsselt und diese den einzelnen Lektionen zugeordnet; diese Vorgaben sind im Wesentlichen dieselben für alle vier Projektsprachen. Schließlich wurden die Themen der Kultur-Items festgelegt, die die Lektionen jeweils abschließen, auch hier soweit wie möglich parallel in den verschiedenen Sprachen. Die grammatikalischen und lexikalischen Elemente, die den Punkten dieser Stoffverteilung zugeordnet werden, sind ihrerseits natürlich einzelsprachspezifisch und wurden aufgrund einer umfassenden Corpus-Analyse ausgewählt.

12 Mündliches Video-Corpus

Damit die Lernmaterialien die tatsächliche Kommunikationspraxis der Weinbauern/-bäuerinnen widerspiegeln, wurde zu den Kernsituationen Weinverkostung und Besuch auf dem Weingut ein umfangreiches Video-Corpus in allen vier Projektsprachen zusammengestellt. (Auf Weinmessen erwies sich aufgrund des Geräuschpegels die Aufnahme als unmöglich, aber auch da wurden umfangreiche Beobachtungen zum Kommunikationsverhalten angestellt.) Dieses Corpus umfasst in jeder Projektsprache 5-15 Weinverkostungen unterschiedlicher Länge und Komplexität, die zunächst einmal gesammelt und von den Projektpartnern sowie den Innsbrucker Studierenden vollständig transkribiert worden sind. Aufgrund dieser Transkriptionen wurden die zu didaktischen Zwecken geeigneten Passagen herausgefiltert (noch immer sehr viele) und einer detaillierten linguistischen Analyse unterzogen, die das sprachliche Material liefert, das in den Lektionen des VinoLingua-Kurses vermittelt wird. Außerdem werden die besten Videos ausschnittweise in den höheren Lektionen des Kurses eingesetzt bzw. für ergänzende Podcasts verwendet.

13 Linguistische Analyse

Mündliche Fachsprachen-Corpora sind noch immer ein Desiderat, und selbst dort, wo sie existieren – wie im Weinbereich dank des VinoLingua-Projekts – gibt es wenig Erfahrungen

mit ihrer linguistischen Auswertung und noch weniger mit ihrer Anwendung auf didaktische Fragestellungen. Will man ein mündliches Video-Corpus für den Sprachunterricht auf Anfänger-Niveau fruchtbar machen, so muss die linguistische Analyse auf drei wesentliche Kriterien abzielen: Relevanz, Frequenz und Simplizität. Insbesondere im Bereich der Grammatik kann eine reine Frequenzanalyse nicht genügen, da die häufigsten Strukturen nicht unbedingt die einfachsten sind. Daher das zusätzliche Kriterium der Simplizität, das die komplexeren Strukturen nicht ausschließt, aber einer späteren Lernphase zuordnet. Daraus ergibt sich die Idee von VinoLingua, das Curriculum zyklisch aufzubauen, d.h., die wesentlichen Situationen dreimal, auf unterschiedlichen Kompetenzniveaus, vorkommen zu lassen. Als zentrales Kriterium muss aber jenes der Relevanz angesehen werden, d.h. sprachliche Mittel werden den verschiedenen Sprechakten zugeordnet, die in den vom Lerner zu bewältigenden Situationen relevant werden. Für jeden Sprechakt (z.B. begrüßen, den Geschmack eines Weins beschreiben, bei der Verkostung von einem Wein zum anderen überleiten, Preis und Versandbedingungen nennen…) werden also im Normalfall drei Arten von Strukturen gelehrt, zunächst ganz einfache (z.B. frz. *nous avons un vin fruité…*), dann etwas komplexere (*ce vin a un goût fruité…*) und schließlich solche, die gleichsam die "hohe Schule" darstellen (*vous sentirez des arômes de fruits…*).

14 Chunks

Ein sehr wichtiges didaktisches Prinzip von VinoLingua ist, dass grundsätzlich und so weit wie möglich mit "Chunks" gearbeitet wird, mit sprachlichen Versatzstücken. Es sind das jene besonders für Anfänger wichtigen, holistisch zu begreifenden, fixfertigen und nicht unbedingt durchschaubaren größeren Einheiten syntaktisch-semantischer Natur, wie sie z.B. im Lehrbuch von Heringer 2009 für fortgeschrittene (Deutsch-) Lerner/innen angewandt werden. Das Prinzip erklärt Westhoff in seiner Rezension von Heringer 2009 (2011, 243) so:

> Als Chunks werden unanalysierte Kombinationen bezeichnet, die zwar aus mehreren Wörtern bestehen, aber als eine einzige Einheit erfahren und gelernt werden, so als wären sie ein einzelnes Wort. Es kann sich dabei um vollständige Sprachäußerungen handeln wie z.B.:
>
> *Zum Schluss. – Guten Appetit. – Darf ich Sie bitten?*

> Aber oft sind es auch Halbprodukte, Module, die zu vollständigen Äußerungen ergänzt werden müssen, wie z.B.:
>
> *Ich wüsste gern, … – Eines Tages …. – Zum einen …, zum andern …*
>
> In allen Fällen handelt es sich um Sprachelemente, bei denen es ziemlich kompliziert wäre, sie mit Hilfe der üblichen Grammatikregeln zu konstruieren. Weil sie oft vorkommen, ist es viel ökonomischer, diesen mühsamen Konstruktionsprozess zu umgehen und die ganze Kombination direkt so zu lernen, als handele es sich um ein einziges Wort.

Westhoff (2011, 245) entwirft die Vorstellung einer

> Sammlung geschickter, einfacher, kurzer und hochfrequenter Chunks, mit deren Hilfe sich Anfänger ein Repertoire zusammenstellen können, das es ihnen erlaubt, in kürzester Zeit mit möglichst wenig Belastung ihres Arbeitsgedächtnisses möglichst viel Inhalt zu vermitteln und zu verstehen.

Die VinoLingua-Chunks entsprechen dem ganz genau: Sie umfassen teilweise einfache Ausdrücke wie Grußformeln, aber auch alle Arten von Konstruktionen, am besten halbe bis ganze Sätze mit wechselnden adjektivalen oder nominalen "Fillern", die aus dem Corpus als besonders nützlich und vielfältig verwendbar herausgefiltert wurden und ohne zwingende Einbettung in größere grammatikalische Paradigmen schon einmal als solche gelehrt und gelernt werden. Ein solcher "Chunk" wäre etwa im Französischen "*nous avons un vin …..*" mit einer Reihe von Adjektiven in der Leerstelle, oder in Analogie dazu "*nous avons un goût ….*", oder "*nous avons un parfum ….*", mit denen man bei der Verkostung schon ziemlich weit kommt, ohne sofort die anderen Formen des Verbs *avoir* oder die femininen Formen der angeführten Adjektive gelernt haben zu müssen. Ebenso ist bei der Kellerarbeit "*on fait…*" oder "*ensuite, on fait…*" + wechselndes Vorgangs-Substantiv eine Struktur, mit der man eine Menge Vorgänge bei der Weinherstellung auf einfache Weise beschreiben kann. In späteren Lektionen werden die Chunks weniger und die Grammatik wird mehr, es werden aber weiterhin besonders nützliche Einheiten hervorgehoben und auch die Lerner aufgefordert, sich durch Ergänzen vorgegebener Textstrukturen eigene "fiches personnalisées" zusammenzustellen, z.B. "Ma philosophie du vignoble" oder "Mes conditions de vente".

Lezione 3

Attività 5 ✐ Completa / Completa / Ergänzen Sie / Complétez:

La tua scheda personalizzata «Il mio vino»

I nostri vini bianchi sono_____

I nostri vini rossi sono _____

Ecco un _____ , vitigno _____ annata _____

Il colore è _____ (giallo paglierino, giallo ambrato, rosso rubino, rosso granato, …)

Al naso è _____ (intenso, piacevole, …)

Ha un profumo di _____ (tabacco, ciliegia, mela, spezie, …)

In bocca è _____ (rotondo, morbido …)

Questo vino si abbina con _____ (le carni rosse, le carni bianche, i formaggi, i cantuccini)

Costa _____ euro la bottiglia

Abb 1: Beispiel einer "fiche personnalisée" (Schummler)

15 Einbeziehung der Kulturen

Kulturelle Aspekte haben einen fixen Platz in den VinoLingua-Kursen, und sie sind stets auf die Weinkultur der jeweiligen Projektregion bzw. -regionen bezogen: die Toskana für Italienisch, Burgund für Französisch, Toro für Spanisch sowie Krems und Südtirol für das Deutsche. Jede VinoLingua-Lektion schließt mit einem Kultur-Item, das sprachlich als Verstehensübung gemeint ist und in ausgewählte, wein-relevante Aspekte der regionalen Kultur einführt.

Ebenso wichtig für die VinoLingua-Kulturarbeit ist die mehrsprachige Kulturbroschüre, die sämtliche Regionen des Projekts vorstellt und somit alle vier Sprachen und alle fünf Regionen für jeden Lerner sichtbar vernetzt. Diese wurde in einem Innsbrucker Projektseminar (Ursula Moser, Angelo Pagliardini) von den Projektpartnern in Zusammenarbeit mit den Studierenden fertig gestellt und im Rahmen eines vielbeachteten Schlussevents präsentiert.

Diese Kulturbroschüre stellt die Weinregionen des Projekts vor, und sie macht Lust darauf, mehr zu wissen. Sie ist damit ein Werbeträger sowohl für das Projekt als auch für die

beteiligten Regionen (und soll mit diese Regionen motivieren, das Projekt zu be-werben und verschiedene Zusatzaktivitäten zu sponsern). Die Kulturbroschüre erfüllt damit eine ähnliche Funktion wie der (als erstes Divulgationsprodukt entstandene) Flyer, sie trägt Informationen nach außen, sie bietet Informationen und Material zum "Schnuppern". Sie umfasst eine Vorstellung aller fünf beteiligten Regionen, aber nicht in der Art eines Tourismusprospekts, sondern im Wesentlichen über die Weinkultur und über vielfältige weinbezogene Kultur-Items: Wein-Feste, Wein-Heilige, Erklärungen über Besonderheiten des Weinbaus (Erziehungssysteme, Rebsorten…), das Wann und Wo des Weintrinkens, etc.

16 Die Lektionen

Bei der Erarbeitung der Lektionen war es vor allem wichtig, dass die vier Sprachkurse nicht auseinanderdriften. Daher wurde zuerst ein detailliertes Curruculum erstellt; außerdem hat die Französisch-Gruppe (unter der Leitung von Brigitte Seidler-Lunzer, Innsbruck), den *lead part* übernommen und ihre Lektionen, sobald sie fertig waren, an die anderen Gruppen weitergeleitet. Die Arbeitsgruppen umfassten Didaktiker/innen, Sprachlehrer/innen und Linguist/innen, die eng miteinander in Kontakt bleiben und die Ergebnisse ihrer Arbeit laufend online teilten. Eine wichtige Rolle spielten auch die Weinbauern/-bäuerinnen des Projekts, die über den Praxisbezug der Lektionen wachten und ihr Situations- und Fachwissen einbrachten. Bei etlichen schwierigen Lektionen wurde rasch der Weinbauer angerufen und um eine Expertise gefragt.

Jede Lektion beginnt mit einem Überblick über den Inhalt (Sprechhandlungen, Grammatik, Kultur); dann folgt als Einstieg eine Übung, bei der drei Sätze drei Fotos zugeordnet werden. Die eigentliche Lektion ist dann zweigeteilt: Zwei Dialoge (oder auch Monologe, Präsentationen) haben jeweils eine eigene Vokabel-, Chunks- und Grammatikliste bei sich, darauf folgen Übungen, die insbesondere die Chunks automatisieren und die Grammatik festigen sollen. Hinter dem zweiten Dialog und seinen Übungen folgen oft "Schummler", in denen der Lerner das Gelernte an seine eigenen Bedürfnisse anpasst ("fiche personnalisée"), und ganz am Ende steht ein Kultur-Item. Außerdem wurden alle Materialien aller Projektsprachen von jeweils allen drei möglichen Ausgangssprachen aus zugänglich gemacht, sodass die zwölf möglichen Kombinationen berücksichtigt werden: Sämtliche Dialoge, Vokabeln, Chunks, Erklärungen und Anweisungen wurden in die jeweils drei anderen Projektsprachen übersetzt. Die Texte, Aussprache-Übungen und Kultur-Items wurden im

Tonstudio aufgenommen und können so den Lerner/inne/n in Form von Audio- (und teilweise Video-) Files zur Verfügung gestellt werden.

17 VinoLingua-Filme

Das Medium Film spielt im VinoLingua-Projekt eine vielgestaltige Rolle: Erstens, als Medium des mündlichen Video-Corpus von Weinverkostungen, Betriebsbesichtigungen und verwandten Situationen, das den linguistischen Analysen zugrunde liegt und somit den Inhalt der Lektionen bestimmt. Zweitens, als Filmdokumentation der Projektseminare, denn in mehreren Projektseminaren gab es Film-Gruppen, die die Aktivitäten dokumentierten und bei der Abschlussveranstaltung ihren Film vorführten. Drittens, in Form des VinoLingua-Impulsfilms, der die Weinbauern/-bäuerinnen zum Sprachenlernen motivieren will, indem er zeigt, wie Winzer/innen der verschiedenen Projektregionen in einer Fremdsprache ihren Wein präsentieren. Viertens, in Form der Video-Podcasts, für die aus dem reichhaltigen vorhandenen Videomaterial die signifikantesten Passagen ausgesucht werden, um Hörversteh- und andere Übungen darum zu bauen. Und fünftens, in Form der Texte der Lektionen des 3. Niveaus, die teilweise auf authentischem Filmmaterial basieren und dieses didaktisch auswerten.

18 Divulgation, nachhaltige Implementierung

Es genügt nicht, Lehrmaterialien zum Thema "Wein" für die vier Projektsprachen zu erarbeiten; wichtig ist auch, dass die Ergebnisse des Projekts der Zielgruppe bekannt werden, ihr zur Verfügung gestellt und schließlich europaweit von ihr genutzt werden. Daher ist die letzte Phase des Projekts eine Divulgations- und Implementierungsphase. Eine erste wichtige Komponente ist dafür, dass das VinoLingua-Buch bzw. die VinoLingua-Bücher bei einem guten Sprachlehrbuch-Verlag untergebracht werden oder dass für sie ein gutes Internet-Marketing-System aufgebaut wird.

Außerdem werden schon jetzt intensive und vielfältige Kontakte mit Verantwortlichen in allen Projekt-Ländern geknüpft, um mit ihrer Hilfe VinoLingua-Materialien und VinoLingua-Kurse für Weinbauern/-bäuerinnen in ganz Europa anzubieten. Viele Berufsorganisationen, Institutionen der Berufs-aus- und -weiterbildung, Weinmarketing-Organisationen und

ähnliche sind bereits assoziierte Partner des Projekts und können nach Abschluss des Projekts verstärkt einbezogen werden, um den VinoLingua-Lehrmaterialien eine möglichst große Verbreitung zu sichern. Die Ergebnisse des Projekts sollen in das sogenannte ECVT-System aufgenommen werden (vergleichbar mit dem universitären ECTS-Punkte-System), was bedeutet, dass z.B. ein in Österreich abgeschlossener "Vinolingua"-Kurs ohne Probleme in den Partnerländern angerechnet werden kann.

Eine wichtige Schiene in dieser Phase ist das europäische Netzwerk der Weinbauschulen (50 Schulen in 12 Ländern), zu dem unsere Projektpartner in Krems, Laimburg und Beaune ausgezeichnete Verbindungen haben und über das die VinoLingua-Kurse international verbreitet und bekannt gemacht werden sollen. Als Langzeitwirkung des Projekts könnte so vielleicht eines Tages eine Art "Erasmus"-Programm für Weinbauern/-bäuerinnen in ganz Europa aufgezogen werden.

19 Mögliche Folgeprojekte

Immer wieder treten auch Menschen an die Projektpartner heran, die sich ihr Leben lang mit Wein beschäftigt haben, die aber nicht in einer der Projektregionen leben, eine der Projektsprachen sprechen oder eines der Projektländer vertreten. Sie machen die Partner darauf aufmerksam, dass auch andere Länder und Sprachen eine große Weinkultur und -tradition haben. In der Romania sind dies natürlich Portugal und Rumänien, aber auch in der Slavia und darüber hinaus gibt es Weinsprachen, die es wert wären, gelehrt und gelernt zu werden. Auf dem VinoLingua-Flyer heißt daher eine wichtige Rubrik: Wie könnte es weitergehen? Angedacht werden drei Erweiterungen des Projekts in drei verschiedene Himmelsrichtungen:

- VinoLingua Ost, mit Ungarn, Tschechien, der Slowakei, Rumänien, Bulgarien und Slowenien;
- VinoLingua Süd mit Portugal, Griechenland, Malta und Zypern;
- VinoLingua Nord mit Polen, Skandinavien, Großbritannien und Irland.

Vor allem das VinoLingua-Nord-Projekt richtet sich natürlich nicht mehr an dieselbe Zielgruppe, sondern an Weinhändler, Sommeliers und Gastronom/inn/en, ja an Weinliebhaber/innen ganz generell. Das würde eine Erweiterung der Zielgruppen bedeuten, die sehr reizvoll erscheinen mag.

Im Augenblick allerdings geben sich die VinoLingua-Partner bescheiden und planen zunächst einmal ein Projekt VinoLingua II mit derselben Partnerschaft und denselben Sprachen, aber auf einem höheren Sprachniveau, nämlich B2/C1, das auf dem ersten VinoLingua-Projekt aufbauen und die Winzer/innen in den von ihnen gewählten Fach-Fremdsprachen zur Perfektion begleiten könnte.

Die Homepage des Projekts: www.vinolingua.eu

20 Bibliographie

Althaus, Hans Peter (2006) : *Kleines Wörterbuch der Weinsprache.* München : C.H.Beck.

Basile, Eva Rook/Germanò, Alberto [Hrsg.] (2003): *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato. Verso un diritto agrario e agro-alimentare della produzione e del consumo. Atti del Convegno "Gian Gastone Bolla", Firenze, 9-10 novembre 2001.* Milano: Giuffrè.

Blouin, Jacques (2007) : *Le dictionnaire de la vigne et du vin.* Paris : Dunod.

Blumenthal, Peter (1979): "Die Linguistik des Weingeschmacks. Ein deutsch-französischer Sprachvergleich." In: *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* 89/2, 97 – 129.

Centre de recherches en terminologie et traduction [Hrsg.] (2009): *La métaphore en langues de spécialité, Actes des 2e journées, Lyon, 26 septembre 2008.* Lyon: Presses universitaires de Grenoble.

Coutier, Martine (2007): *Le dictionnaire de la langue du vin.* Paris: éditions du CNRS.

ELAN (2006) = CILT / InterAct International: ELAN : Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise. http://ec.europa.eu/education/languages/Focus/docs/elan_en.pdf; Zugriff: 10.07.2010.

Gautier, Laurent/Lavric, Eva/Rousseau-Jacob, Isabelle [Hrsg.] (in Vorb.a): *Figures et images dans les discours sur le vin en Europe.* Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang. (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 5).

Gautier, Laurent/Lavric, Eva [Hrsg.] (in Vorb.b): *Les descripteurs du vin : Regards contrastifs.* Frankfurt/M. e.a. : Peter Lang. (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 6).

Gautier, Laurent/Lavric, Eva [Hrsg.] (in Vorb.c): *Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe. Actes du colloque d'Innsbruck, 15-16 octobre 2012.* Frankfurt/M. et al.: Peter Lang. (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 7).

Heringer, Hans Jürgen (2009): *Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial* (mit Materialien auf CD-Rom). München: iudicium.

Herling, Sandra (2009): "Katalanisch als Sprache der Weinetikettierung – Betrachtungen aus soziolinguistischer Perspektive." In: Lavric, Eva/Konzett, Carmen [Hrsg.]: *Food and*

Language. Sprache und Essen. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. (= InnTrans. Insbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 2), 171 – 184.

Ibáñez Rodríguez, Miguel/Sánchez Nieto, María Teresa [Hrsg.] (2006): *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción* (Soria, 3-6 mars 2004). Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.

Ibáñez Rodríguez, Miguel/Sánchez Nieto, María Teresa/Gómez Martínez, Susana/Comas Martínez, Isabel [Hrsg.] (2010) : *Vino, lengua y traducción*. Valladolid : Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.

Lavric, Eva/Fischer, Fiorenza/Konzett, Carmen/Kuhn, Julia/Wochele, Holger [Hrsg.] (2009): *People, Products and Professions. Choosing a Name, Choosing a Language. Fachleute, Firmennamen und Fremdsprachen*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. (= Sprache im Kontext. 32).

Lavric, Eva/Konzett, Carmen [Hrsg.] (2009): *Food and Language. Sprache und Essen*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 2).

Lerat, Pierre (2006): "Dénominations spécialisées, connaissances professionnelles et connaissances linguistiques en terminologie. Le cas du vin". In: Ibáñez Rodríguez/Sánchez Nieto [Hrsg.]: *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción* (Soria, 3-6 mars 2004), 201 – 224.

Milot, Ludovic (2012) : *Vergleiche und Vergleichsstrukturen in einem Fachdiskurs*. Diplomarbeit, Université de Bourgogne (Dijon).

Neethling, Bertie (2009): "Names as a Vehicle towards Transformation in the South African Wine Industry". In: Lavric, Eva/Fischer, Fiorenza/Konzett, Carmen/Kuhn, Julia/Wochele, Holger [Hrsg.]: *People, Products and Professions. Choosing a Name, Choosing a Language. Fachleute, Firmennamen und Fremdsprachen*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. (= Sprache im Kontext. 32), 279 – 288.

Ratt, Dorothea (in Vorb.): *La degustación del vino en la bodega*. Diplomarbeit, Univ. Innsbruck.

Rézeau, Pierre (2008): *Le dictionnaire des noms de cépages de France*. Paris: éditions du CNRS.

Rieder, Anna (2013): *C'é degustazione e degustazione: vino, lingua e strategie discorsive. Un'analisi nell'ambito del progetto VinoLingua*. Diplomarbeit, Univ. Innsbruck.

Rossi, Micaela (2009a): "Langue et culture dans un verre: pour une étude multilingue du langage du vin". In: Lavric, Eva/Konzett, Carmen [Hrsg.]: *Food and Language. Sprache und Essen*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. (= InnTrans. Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation. 2), 161 – 170.

Rossi, Micaela (2009b): "L'emploi de la métaphore comme ressource pour la néologie terminologique : le cas du langage de la dégustation du vin". In: Centre de recherches en terminologie et traduction [Hrsg.]: *La métaphore en langues de spécialité, Actes des 2e journées, Lyon, 26 septembre 2008*. Lyon: Presses universitaires de Grenoble, 199 – 227.

Rupprechter, Eva-Maria (2010): *VinoLingua: Les viticulteurs en tant qu'apprenants de langues étrangères*. Diplomarbeit, Univ. Innsbruck.

Rupprechter, Eva-Maria (2012): *Un exemple d'utilisation d'un jargot. Le positionnement du dégustateur de vin à travers les stratégies lexicales et discursives*. Mémoire de maîtrise (Master conjoint), Univ. Paris 5 René Descartes & Univ. Innsbruck.

Santos, Peñín (1999): *Diccionario Espasa Vino*. Madrid: Espasa-Calpe.

Speranza, Salvatore/Vedovelli Massimo (2003): "Seduzione e informazione: il risvolto dell'etichetta. Note per una enogrammatologia". In: Basile, Eva Rook/Germanò, Alberto [Hrsg.] (2003): *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato. Verso un diritto agrario e agro-alimentare della produzione e del consumo. Atti del Convegno "Gian Gastone Bolla", Firenze, 9-10 novembre 2001*. Milano: Giuffrè, 49 – 104.

Vedovelli, Massimo (2011): "Gli enogrammi: seduzione, prelati tedeschi, surdeterminazioni". In: *Treccani.it*, *l'enciclopedia italiana*. http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/vino/Vedovelli.html, Zugriff: 25/09/2011.

Westhoff, Gerhard J. (2011): (Rezension von: Hans Jürgen Heringer:) "Valenzchunks. Empirisch fundiertes Lernmaterial". In: *Deutsch als Fremdsprache* 4, 243 – 247.

Lavric, Eva: Wie Europas WinzerInnen Fremdsprachen lernen -Präsentation des EU-Projekts "VinoLingua", in: Laura Sergo / Ursula Wienen (eds.) (forthcoming): Akten der Sektion "Fachsprache(n) in der Romania - Entwicklung, Verwendung, Übersetzung" auf dem Deutschen Romanisten-tag, Berlin, 25.-28. September 2011, Berlin: Frank & Timme

Univ.-Prof. Dr. Eva Lavric
Institut für Romanistik
Universität Innsbruck
Innrain 52d
A-6020 Innsbruck
e-mail: eva.lavric@uibk.ac.at
http://www/uibk.ac.at/romanistik/lavric.html

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Education and Culture DG
Lifelong Learning Programme
vinolingua