

Salome Gogadze

GEORGIAN WINESPEAK

Wine is a cultural icon that tells the history of the country. Wine is not only a beverage but also an inseparable part of Georgian culture. Wine determines the style of life, the universe and other important things for a Georgian man; wine is a Georgian philosophy.

- *Malkhaz Kharabedia*

Abstract

The starting point of the verbalization of Winespeak is a tasting note which is differently perceived by people. Therefore, people may have different associations with what they taste.

Tasting notes are verbal translations of organoleptic experiences perceived by sense organs.

The verbalization of the senses is not a simple process. There is no particular group of words in the lexicon to express the flavour or the aroma directly. That is why wine discourse often employs various stylistic device devices (metaphors, metonymies, similes, etc).

This paper looks at some wine metaphors used in the Georgian language, compares them to the wine discourse employed in English and makes an attempt to find the equivalent terms in both languages. Specifically, the paper examines the linguistic means Georgian wine companies utilize while describing their products and analyzes the vocabulary employed in winespeak in Georgian and English.

Keywords: *winespeak, tasting note, culture sensory perception, wine discourse*

1. Introduction

Wine is not perceived only as a beverage in Georgia but also as a cultural icon. While describing the properties of wine, wine producers attempt to tell an enticing story of the wine.

There are two ways of describing a wine - objective and subjective. The subjective way of description portrays wine as described by our senses. A sommelier uses his/her personal and unique life memories while describing wines. Therefore, this description is based on an individual interpretation and thus is different for everyone.

While objectively evaluating wine, one should note that there are other hidden factors to be considered. There are three main points in wine description: colour, smell and taste perceived by the following sense organs: eyes, nose and mouth. The latter is considered to be the most important one.

This paper looks at some wine metaphors used in the Georgian language, compares them to the wine discourse employed in English and makes an attempt to find the equivalent terms in both languages. Specifically, the paper examines the linguistic means Georgian wine companies utilize while describing their products and analyzes the vocabulary employed in winespeak in Georgian and English.

2. Methodology

The article looks at the figurative language used in English and Georgian winespeak. This included mainly the descriptions of various types of wines.

The research method is qualitative. The actual data collection and data analysis were held according to the information that was accessed either on wine bottles' etiquettes or on the internet. Besides the etiquettes, the website 'Marani. co' (which is an online shop for 'Telavi Wine Cellar' 'თელავის ღვინის მარანი') was used as a source for data collection. The descriptions were compared to the English examples given by Caballero and Suárez-Toste (2008), translated into English and analysed from the linguistic and stylistic points of view.

3. Figurative language in wine evaluation

Caballero and Suárez-Toste (2008) discussed some of the lexis instantiating the many metaphors used in tasting notes. Specifically, the authors identified five metaphors in the language of wine tasting in the English language:

• *Wines are living beings*. This generic-level metaphor subsumes the specific-level metaphors: wines are people, wines are animals, and wines are plants, instantiated by terms like muscular, feminine, bold, expressive, shy, austere, intellectual, ambitious, feline and fragrant.

• *Wines are clothes*. Wines may be described as silky, velvety smooth or have a glove or mantle.

• *Wines are three-dimensional objects*. Wines can be regarded as square, angular or round.

• *Wines are buildings*, as suggested by their being fortified.

• *Wines are malleable wood or metal building material* and are thus represented as rough or molten.

It's worth mentioning that wine is perceived as a living organism as it goes through different stages before it's finally ready to be used. The dimensions employed by Georgian wine discourse to describe wine are as follows: textile, structure, age, behaviour, mouth-feel and colour intensity of the wine.

The harmonised data of the winespeak in English and Georgian languages is given below:

Colour: *Dark cherry color* /მუქი ალუბლის ფერი/; *Dark ruby-colored* / მუქი ლალისფერი შეფერილობის/ , *light amber-coloured* /ღია ქარვისფერი/; *Dark red* /მუქი წითელი/; *straw-coloured*. /ჩალისფერი შეფერილობით/

Age: *fresh* /ცინცხალი/; *young* /ახალგაზრდული, ახალგაზრდა/

Behavior: *restless* /მოუსვენარი საფერავი/; *cheerful* /ხალისიანი/; *honest* /გულწრფელი ღვინო/; *pristine/subtle* /ფაქიზი/

Structure : *full* /სრული/, *full-bodied* /სხეულიანი ღვინო/, *elegant* /ელეგანტური/,
weak /სუსტი/

Taste: *With harmonious taste* /ჰარმონიული გემოთი/; *pleasant astringency*
/სასიამოვნო სიმწკლარტე/

These six senses/features are used to describe wine in both English and Georgian languages. There are several examples below in which the lexis denoting texture, structure, age, behaviour, mouth-feel and color are used in wine discourse:

a) „იგი ხასითდება ალუბლის მდიდარი არომატით და სასიამოვნო წითელი კენკრის გემოთი.“

It is characterized by a rich aroma of cherries and a pleasant red berry taste.

b) „იგი ხასიათდება ღია ქარვისფერი შეფერილობით, ნაზი, დახვეწილი გემოთი და ხილის არომატით.“

It is characterized by a light amber color and a delicate taste of fruit aroma.

c) იგი ხასიათდება მუქი წითელი შეფერილობით, მკვეთრად გამოხატული ბუკეტით და ჰარმონიული ხვერდოვანი გემოთი.

It is characterized by a dark red colour, a pronounced bouquet and a harmonious velvety taste.

d) „იგი ხასიათდება ღია ჩალისფერი შეფერილობით, გამოირჩევა შესანიშნავი ბუკეტით, დარბილებული დახვეწილი გემოთი და განუმეორებელი არომატით.“

It is characterized by a light straw colour, distinguished by an excellent bouquet, softened exquisite taste and unique aroma.

e) „იგი ხასიათდება მუქი ლალისფერი შეფერილობით, კარგად განვითარებული ჯიშური არომატით და ჟოლოს ხვერდოვანი ტონებით.“

It is characterized by a dark purple color, a well-developed varietal aroma and velvety tones of raspberry.

f) „სასმელი მუქი ბროწეულისფერია. ბუკეტში იგრძნობა მწიფე ხილის არომატი. ხასიათდება ხავერდოვანი და მსუბუქი გემოთი, დაბოლოებისას ტოვებს სასიამოვნო სიტკბოს.”

The drink is the colour of a dark pomegranate . The aroma of ripe fruit can be felt in the bouquet. Characterized by velvety and light taste, leaving a pleasant sweetness at the end.

g) „მუქი ლალისფერი შეფერილობის სასმელი გამოირჩევა ჯიშური დამახასიათებელი შავი მოცხარისა და წითელი ხილის ჩირის არომატებით. ხავერდოვანი, სრული, სხეულოანი ღვინო, დაბალანსებული ხანგრძლივი დაბოლოებით.”

The dark purple drink is distinguished by varietal characteristic aromas of black currant and dried red fruit. A velvety, full-bodied wine, balanced with long endings.

4. Wine Discourse Vocabulary

As mentioned above, there are various dimensions to employ while describing the features of wines. As revealed by the research, stylistic devices (metaphors, similes, and metonymies) play a major role in creating meaning in wine speak. Therefore, the meaning of these devices should be taken into consideration to describe the wine properties precisely.

Countries differ in culture, society, religion, linguistic features, etc. Therefore, the research goal in the following passage is to identify and analyse some of the Georgian terms used to describe wines, compare them with the vocabulary used in English wine discourse and, finally, find the equivalents in both languages.

Wine descriptions were collected from a Website, Marani. co” which is an official website for “Telavi Wine Cellar ”/თელავის ღვინის მარანი’/

1. Herbaceous

A wine that has the taste and aroma of herbs. Herbaceous can be very young wines that change taste as they age.

This feature is caused primarily by the influence of the grape variety and not by the influence of the soil or the weather.

2. Cloudy

Matte, opaque wine.

3. Ripe

A wine that is fully developed and ready to be bottled.

4. Medium-bodied

A wine whose weight and composition are between body and light on the tongue

5. Full-bodied

The term refers to the density of the wine (body) or the properties of its taste in the mouth. In addition, it refers to cool wines with strong flavors and bouquets.

„ბალახისებრი“

„ღვინო, რომელსაც ბალახების გემო და არომატი აქვს. ბალახისებრი შეიძლება იყოს ძალიან ახალგაზრდა ღვინოები, რომლებიც დაძველების შედეგად გემოს შეიცვლიან. ეს თვისება გამოწვეულია უპირველესად ყურძნის ჯიშის გავლენით და არა ნიადაგის ან ჰავის ზემოქმედებით.“

„დაბინდული“

„მქრქალი, გაუმჭვირვალე ღვინო.“

„დამწიფებული“

„ღვინო, რომელიც ბოლომდე განვითარებულია/მზადაა ჩამოსასხმელად.“

„ზომიერად სხეულიანი“

„ღვინო, რომლის წონა და შემადგენლობა ენაზე სხეულიანსა და მსუბუქს შორისაა.“

„სრული“

„ტერმინი ასახავს ღვინის სიმკვრივეს (სხეულს) ან პირში მისი დაგემოვნების თვისებებს. გარდა ამისა, ის ეხება მაგარ ღვინოებს ძლიერი არომატების ბუკეტით.“

6. Tobacco

Aroma that is felt in some famous wines.

„თამბაქოსებრი“

არომატი, რომელიც ზოგიერთ ცნობილ ღვინოში იგრძნობა.

7. Thin

Wine that is less fleshy lacks flavor and is usually pale in color.

„თხელი“

„ღვინო, რომელიც ნაკლებად სხეულიანია, აკლია არომატულობა და ჩვეულებრივ მკრთალი ფერისაა.“

8. Hard

Wine that is not old enough to achieve proper balance. 2. Wine with a high content of alcohol.

„მაგარი“

1. „ღვინო, რომელიც არ არის საკმარისად დაძველებული, რათა სათანადო ბალანსს მიაღწიოს. 2. ღვინო სპირტის მაღალი შემცველობით.“

9. Woody

The smell of wine that has been aged for too long in barrels, or aged in barrels made of substandard wood.

„ხისებრი“

„ღვინის სუნი, რომელიც მეტად დიდი ხნის მანძილზე ძველდებოდა კასრში, ან დაძველებული იქნა კასრში, რომელიც უხარისხო ხისგან იყო დამზადებული.“

10. Foxy

American grape variety with aggressive taste.

„მელიისებრი“

„ამერიკული ყურძნის ჯიშში აგრესიული გემოთი.“

11. Earthy

The taste that the soil gives to the grapes and consequently to the wine.

„მიწისებრი“

„გემო, რომელსაც ნიადაგი აძლევს ყურძენს და შესაბამისად ღვინოს.“

12. Crisp

Fresh and live wine with a good balance of acidity

„ცინცხალი“

„ნორჩი და ცოცხალი ღვინო მჟავიანობის კარგი წონასწორობით.“

13. Fresh

White or rosé wine with a good balance of alcohol and acidity.

„ქორფა“

„თეთრი ან ვარდისფერი ღვინო ალკოჰოლისა და მჟავიანობის კარგი წონასწორობით.“

14. Fleshy

Used to describe full, oily, rich wines that leave a thick body feeling on the palate.

„ხორციანი“

„გამოიყენება სრული, ზეთოვანი, მდიდარი ღვინოების აღსაწერად, რომლებიც სასაზე ტოვებენ სქელი სხეულის შეგრძნებას.“

15. Flowery

The gentle, delicate taste and aroma of flowers that characterize some wines. Should not be confused with sweetness

„ყვავილოვანი“

„ყვავილების ნაზი, ფაქიზი გემო და არომატი, რომელიც ზოგიერთ ღვინოს ახასიათებს. არ უნდა აგვერიოს სიტკბოში“

16. Pale dry

One of the types of Fino type wine.

„მკრთალი მშრალი“

„ფინოს ტიპის ღვინის ერთ-ერთი სახეობა.“

17. Pale

Used to describe wines with low color intensity. One of the

„მკრთალი“

„გამოიყენება დაბალი ფერადოვანი ინტენსივობის მქონე ღვინოების აღსაწერად.“

18. Green

Usually describes young wine that has not yet been sufficiently formed. Can also be used as a negative term. 2. Highly acidic wine made from unripe grapes.

„მწვანე“

„როგორც წესი, აღწერს ახალგაზდა ღვინოს, რომელიც ჯერ საკმარისად არ არის ჩამოყალიბებული. შეიძლება გამოყენებული იყოს აგრეთვე როგორც უარყოფითი ტერმინი. 2. უმწიფარი.“

19. Weighty

Rich, dense wine that leaves a feeling of heaviness on the tongue.

„მძიმე“

„მდიდარი, მკვრივი ღვინო, რომელიც ენაზე სიმძიმის შეგრძნებას ტოვებს.“

20. Lively

Wine with high acidity and lively, crunchy taste. This term is also used for sparkling wines with a pleasant sparkle.

„ცოცხალი“

„ღვინო მაღალი მჟავიანობით და ცოცხალი, ქორფა გემოთი. ეს ტერმინი გამოიყენება აგრეთვე შუშხუნა ღვინოებისათვის სასიამოვნო შუშხუნით.“

21. Buttery

1. Aroma that is desirable for quality wines, especially if they are made by malolactic fermentation method. 2. The term is used to denote soft and sweet wines. Due to its high content of sweetness it qualifies as sweet.

„ცხიმოვანი“

1. „არომატი, რომელიც სასურველია ხარისხიანი ღვინოებისათვის, განსაკუთრებით თუ ისინი დამზადებულია მალოლაქტიკური დადულების მეთოდით. 2. ტერმინი იხმარება რბილი და ტკბილი ღვინოების აღსანიშნავად. სიტკბოს დიდი შემცველობის გამო ის კვალიფიცირდება, როგორც ტკბილი.“

22. Still wine

Wines without carbon dioxide bubbles.

„წყნარი ღვინო“

ღვინოები ნახშირორჟანგის ბუშტულების გარეშე.

23. Leathery

The noble aroma of some red wines is due to the aging (rejuvenation) of the bottles.

„ტყავისებრი“

„ზოგიერთი წითელი ღვინის კეთილშობილი არომატი, რომელიც გამოწვეულია ბოთლებში დაძველების წყალობით.“

24. Soft

The desirable characteristics of a delicate wine, which is manifested in the wine with weakly pronounced fruit tones. The wine is easy to drink, over time the wine tannins soften

„რბილი“

„დელიკატური ღვინის სასურველი მახასიათებლები, რომელიც ღვინოში ვლინდება სუსტად გამოხატული ხილის ტონებით. ღვინო ადვილად დასალევია, დროთა განმავლობაში ღვინის ტანინები უფრო რბილდება.“

25. Velvety

1. Velvet (Velvety) Pleasant soft and silky taste, which is especially characteristic of red wines

„ხავერდოვანი“

„სასიამოვნო რბილი და აბრეშუმისებრი გემო, რომელიც განსაკუთრებით წითელ ღვინოებს ახასიათებს.“

26. Fruity

1. Wines that are characterized by fruit flavor. From apple to black currant. 2. Wine that has a fresh grape flavor. It is usually young as the aroma of the fruit shifts into the bouquet over time

„ხილისებრი“

1. „ღვინოები, რომელთაც ხილის არომატი ახასიათებთ. ვაშლიდან შავ მოცხარამდე. 2. ღვინო, რომელსაც შერჩენილი აქვს ახალი ყურძნის არომატი. როგორც წესი, ის არის ახალგაზრდა, რადგან დროთა განმავლობაში ხილის არომატი გადადის ბუკეტში.“

27. Flinty

Cool, stony taste in wine. "Kajovani" refers to wine, which is associated with a Kajovani rifle. The wines of the Shabli and Sanser regions are always associated with the smell and taste of flint.

„კაჟოვანი“

„მაგარი, ქვისებრი გემო ღვინოში. “კაჟოვანი” ითქმება ღვინოზე, რომელიც კაჟიანი თოფის ასოციას იწვევს. შაბლისა და სანსერის რეგიონის ღვინოები ყოველთვის ასოცირდება კაჟის სუნთან და გემოსთან. “

28. Corked

Absorption of unpleasant odor and taste of spoiled cork by wine, which is caused by bacteria trapped in the cork. Manufacturers of quality stoppers specially process stoppers to minimize the risk of wine absorbing the taste of the stopper. Unfortunately, at least one in twelve bottles will taste like cork. That is why alternative synthetic stoppers for wine bottles have been tried in recent years, but traditionalists have gone against them. The best cover for wine is one that does not let air into the bottle.

საცობისებრი

გაფუჭებული საცობის უსიამოვნო სუნისა და გემოს შეწოვა ღვინის მიერ, რაც გამოწვეულია საცობში დაბუდებული ბაქტერიებით. ხარისხიანი საცობის მწარმოებლები სპეციალურად ამუშავებენ საცობებს, რათა ღვინის მიერ საცობის გემოს შეწოვის საშიშროება მინიმუმამდე დაიყვანონ. სამწუხაროდ, თორმეტიდან ერთ ბოთლს მაინც ეწება საცობის გემო. ამიტომაც, რომ ბოლო წლებში გამოიცდებოდა ღვინის ბოთლების ალტერნატიული სინთეტიკური საცობები, მაგრამ ტრადიციონალისტები მათ წინააღმდეგ წავიდნენ. ღვინისთვის საუკეთესოა საფარებელი, რომელიც არ უშვებს ჰაერს ბოთლში.

5. Discussion and Conclusions

The research was divided into two parts. In the first part, metaphors used by Georgian wine-producing companies were identified. In the second part, they were compared to the English wine discourse vocabulary, and English and Georgian equivalents were identified.

The findings reveal similarities and differences between the two languages. For instance, we encounter similar employment of the following metaphors in English and Georgian wine descriptions:

Wines are living beings: Winespeak in both languages uses the vocabulary describing the age and behavior of the wines:

e.g. fresh /ცინცხალი/; young /ახალგაზრდული, ახალგაზრდა/ restless /მოუსვენარი საფერავი/; cheerful /ხალისიანი/; honest /გულწრფელი ღვინო/ pristine/subtle /ვაკიზი/ full-bodied /სხეულიანი ღვინო/, elegant /ელეგანტური/, weak /სუსტი/.

Another similarity is perceiving Wines as clothes. In both languages, wines have color and structure: Color: Dark cherry color /მუქი ალუბლის ფერი/; Dark ruby-colored /მუქი ლალისფერი შეფერილობი/, light amber-coloured /ღია ქარვისფერი/; Dark red /მუქი წითელი/; straw-colored. /ჩალისფერი შეფერილობით/ Velvety (ხვერდოვანი), Leathery (ტყავისებრი), Soft (რბილი)

However, Georgian and English wine discourse also reveal differences. For instance, we don't encounter many examples of the metaphor 'Wines are malleable wood or metal building material and are thus represented as rough or molten' in Georgian. The only metaphor that was observed in the research was the following: Hard (მაგარი).

Another difference emerged in the metaphor 'Wines are three-dimensional objects - Wines can be regarded as square, angular or round'. The only coincidence, in this case, was the following: Corked (საცობისებრი) which expresses a shape of wine.

To conclude, such research reveals interesting metaphors in wine discourse, cultural similarities and differences.

References

1. Telavi Wine Cellar, Wine Glossary (2022) [Web page]

Retrieved from <http://marani.co/index.php?site-lang=en&path=useful/glossary/&page=3>

2. Wine types. Alcoshop.ge [Web page]

Retrieved from <https://www.alcoshop.ge/>

3. Caballero R., & Suárez-Toste E (2008). Translating the senses: Teaching the metaphors in winespeak. *Cognitive Linguistic Approaches to Teaching Vocabulary and Phraseology* . Mouton de Gruyter.

Author's Email: salo_gogadze@yahoo.com

Author's biographical data

Salome Gogadze has been teaching English for 5 years. Her goal, as a teacher, is not only teaching students academically but also helping them to gain cultural and social awareness through the English language. Salome strongly believes that using different methods to enhance the students' involvement in class activities and making a friendly and at the same time academic environment is key to a successful learning process. Thus, Salome does her best to plan student-oriented lessons and go beyond theories of grammar and make students think outside the box as well as use their knowledge in everyday situations. The main purpose Salome's my pedagogical methods is to make students aware of the language and culture; as both of them are highly connected to one another. That's why she endeavour to use both cognitive and communicative teaching methods in class.

Apart from teaching, Salome Gogadze is fond of researching linguistic issues. She believes that a philologist must seek for new information all the time and contribute to linguistic field as much as possible.