

Jolanta Brdej

Université Pédagogique, Cracovie

Synergies Pologne n°4 - 2007 pp. 137-146

Résumé : *Cet article a pour objet de présenter quelques résultats de l'analyse des fiches de descriptions du vin en polonais. Dans l'activité de dégustation, on tente d'exprimer ce que nos sens nous transmettent du vin. La connaissance des mécanismes de la perception peut faciliter l'analyse linguistique. Nous apprenons qu'il n'existe pas un acte sensoriel mais des actes multisensoriels. La verbalisation de l'expérience gustative n'est pas facile - le langage ne dispose pas de mots exprès pour nommer les odeurs et les goûts. En ce qui concerne la nominalisation des couleurs, les rapports entre la perception des couleurs et le langage suscitent un débat depuis l'hypothèse Sapir-Whorf.*

Mots-clés : *perception, verbalisation, vue, goût, odorat, dégustation*

Abstract : *The aim of this article is to present the research concerning the language of wine. Wine testing is the sensory evaluation of wine-what the senses can tell us about the flavour, colour, feel and aroma. A knowledge of the mechanisms of perception is useful as it facilitates linguistic analysis. Sensory acts take part in forming the whole picture from many different impressions. Verbalisation of tasting experience is difficult as languages sometimes lack words for naming a variety of smells and tastes.*

Keywords : *perception, verbalisation, vision, taste, olfaction, wine testing*

La dégustation du vin est la rencontre de l'Homme avec ce breuvage magique. Parler du vin, c'est parler de nos propres perceptions et des sensations que le vin produit sur nous, c'est s'exprimer. La dégustation consiste à interpréter ce que nos sens nous transmettent du vin. Le discours de dégustation porte sur un objet - le vin, mais lors de la dégustation, trois ou même quatre sens (la vue, l'odorat, le goût et le toucher) appréhendent le vin d'une manière particulière dans un acte multisensoriel. De cela vient la difficulté d'analyser ce discours. La connaissance des mécanismes de la perception peut nous faciliter cette tâche. L'article qui suit présente quelques résultats de recherches sur la langue du vin et met l'accent sur la verbalisation des perceptions. Il est extrait d'un mémoire de maîtrise concernant ce sujet.

Autrefois, selon la boisson dominante, on distinguait en Europe trois zones : du vin, de la bière et de la vodka. Nous vivons à l'époque des unions et pactes politiques, économiques mais aussi culinaires. Durant les dernières décennies la consommation de vin dans le monde entier a beaucoup évolué. La consommation diminue dans les pays à tradition viticole (la France, l'Espagne, l'Argentine) et augmente dans d'autres, selon les cultures locales et les niveaux de revenu (la Pologne, la République Tchèque). Le marché mondial est conquis par les vins du Nouveau Monde. Souvent on entend le stéréotype selon lequel la Pologne n'est pas un pays de tradition viticole. Pourtant le vin est fabriqué en Pologne depuis au moins le XII^e siècle, d'où viennent les plus anciennes traces de vignobles trouvés à Cracovie. Depuis une quinzaine d'années, la consommation du vin accroît en Pologne. Des magasins spécialisés s'ouvrent, on organise des cours œnologiques où on peut apprendre à mieux parler du vin.

Avant d'analyser la langue du vin, il faut approfondir la question des rapports entre la perception et le langage, comment nous percevons et ensuite verbalisons les sensations. Lors de la dégustation, le vin agit sur nos sens et stimule notre système nerveux. Il déclenche des réactions chimiques - des sensations - à partir desquelles se constituent des représentations. Ces représentations sont analysées, interprétées et mémorisées par notre cerveau en tenant compte de notre connaissance du monde dans le processus de la perception. Nous ne verbalisons pas la totalité de nos perceptions, mais un certain nombre. Cela résulte du fait que le système perceptif et le système linguistique reposent sur des règles de nature différente. Le premier est basé sur des régularités naturelles et relève d'un continuum naturel, le second est constitué de signes discrets qui reposent sur des conventions arbitraires et il ne peut pas donc rendre compte de l'infinité et de la diversité des sensations.

Nous allons approfondir maintenant l'acquisition et la verbalisation de chaque de ces sens.

La vue

Nous vivons dans la civilisation de l'image. Au cours de l'évolution, la vue a pris une importance considérable. C'est toujours l'impression visuelle qui est la première, souvent même décisive. On peut aborder ici l'exemple d'une expérience pendant laquelle on a demandé de décrire les qualités olfactives et gustatives d'un vin blanc et d'un vin rouge (chaque vin possède son vocabulaire caractéristique). Ensuite on a coloré le vin blanc en rouge et on a demandé à nouveau de décrire ce « faux » vin rouge. Les descriptions obtenues étaient très proches de celles du « vrai » vin rouge.

Nous savons comment l'œil examine et recueille la lumière grâce aux cellules de la rétine, les cônes. Selon la nature des cônes atteints notre cerveau distingue les couleurs, selon leur nombre - l'intensité. Pour distinguer et nommer les couleurs, pour les intégrer au langage, il faut nommer et intégrer un ensemble continu (le continuum physique des longueurs d'ondes visibles) à un système discontinu (notre langage). Pour cela on découpe cet ensemble et on le divise en un certain nombre de catégories - des couleurs. Cette sorte de perception est appelée perception catégorielle. Le rôle du langage dans l'acquisition et

la question du mécanisme de la perception catégorielle des couleurs inspirent deux hypothèses principales.

L'hypothèse relativiste de Sapir-Whorf dit que le langage joue un rôle déterminant et que la perception d'une couleur est dépendante de l'existence d'un terme pour la désigner. D'après ces deux ethnolinguistes américains, la structure du langage détermine notre vision et organise la représentation du monde. Par conséquent, les locuteurs aillent « découper » la réalité en fonction du bassin linguistique dans lequel ils ont été élevés. Une théorie séduisante pour les Polonais qui apprennent le français et découvrent que les Francophones ne perçoivent pas les deux couleurs *niebieski* et *granatowy* mais tout simplement une seule couleur - *bleu*.

Ceci s'oppose aux recherches de Berlin et Kay qui ont montré que la classification des couleurs est universelle pour toutes les langues. Berlin et Kay ont examiné les termes utilisés pour désigner les couleurs dans presque 100 langues. Ils ont découvert et proposé 11 catégories fondamentales de couleurs distinguées par la perception humaine. Les onze termes de base correspondent à ces catégories : le noir, le blanc, le rouge, le vert, le jaune, le bleu, le marron, le violet, le rose, l'orange et le gris. Il y a des langues qui ne disposent pas de tous ces termes. Mais dans ce cas-là, on observe un ordre de préséance concernant les termes choisis.

Mais Wierzbicka déprécie le rôle des mécanismes de la perception dans la sémantique des couleurs. Elle focalise notre attention sur la conceptualisation des couleurs et souligne que le langage reflète ce qui se passe dans notre esprit et non pas dans notre cerveau, et que notre esprit est formé par la culture qui nous entoure. Wierzbicka propose les définitions des couleurs en montrant les écarts de signification dans les langues différentes. L'ouvrage de Tokarski s'inscrit dans cette manière d'analyser la couleur. Tokarski reprend l'idée de Wierzbicka de chercher des modèles ou références-prototypes pour chaque couleur du polonais. Il présente les prototypes proposés par Wierzbicka et propose les siens.

Il faut noter que le vocabulaire des couleurs est en constante évolution. Il reproduit des phénomènes sociologiques et culturels de l'époque. La couleur peut être un symbole, comme le noir est le symbole de deuil, elle peut aussi influencer notre psychisme.

Dans notre travail nous allons aller vers une étude sémantico-syntaxique partant de la classification des adjectifs de couleur du français de Molinier et du polonais d'Ampel-Rudolf.

Dans son étude concernant la syntaxe et la sémantique de l'adjectif de couleur, Ampel-Rudolf propose un classement des couleurs de base : *blanc, jaune, rouge, bleu, vert, noir* et des couleurs complémentaires : *gris, rose, violet, marron, argenté et doré*. Il faut noter que cette classification a pour objectif de faciliter la présentation de la richesse des formes et non pas de trancher la question de la classification des couleurs.

Pour mieux décrire une couleur on utilise ses nuances. Il y a deux possibilités pour les exprimer. Premièrement, par la modification d'un adjectif, par exemple : *żółty - żółtawy*, comme en français *jaune- jaunâtre*. Ce type de nuance peut être défini comme *un peu jaune, pas assez jaune*. Deuxièmement, on peut faire appel à d'autres objets de la réalité extralinguistique qui donnent une meilleure information sur la couleur, par exemple : pour *żółty - cytrynowy, słomkowy ou czerwony - rubinowy, wiśniowy, etc.*, en français : *jaune - citron, paille, rouge - rubis, cerise, etc.*

Dans notre corpus nous retrouvons ces couleurs avec leurs nuances et leurs formes :

- *żółty*, ses nuances : *pomarańczowy, słomkowy, bursztynowy, cytrynowy, słomiany (?)*, *żółtawy*,
- *czerwony*, ses nuances: *rubinowy, purpurowy, ceglasty, karminowy, karmazynowy, bordowy, szkarłatny, czereśniowy, malinowy, wiśniowy, truskawkowy* ; sa forme *czwień* et ses hiponims *rubin, purpura, karmin, bordo*
- *złoty*, ses nuances: *złocisty*, sa forme: *złoto*
- *fioletowy*, ses nuances: *fioletkowy, fuksja*
- *różowy*, ses nuances: *różowawy, łososiowy, cyklamenowy*
- *zielony*, ses nuances: *oliwkowy, zielonkawy*
- *czarny*, sa forme *czern*
- *niebieski*, ses nuances: *niebieskawy, granatowy*
- *brązowy*, mais seulement sa forme *brąz* et son hyponyme *ochra*

Pour exprimer la couleur, on peut faire appel à des constructions différentes. Il y a plusieurs raisons à cela: soit un objet est tout simplement bicolore, soit la couleur d'un objet est difficile à définir, nous la percevons comme un ensemble de nuances ou nous ne voyons pas clair.

Nous allons présenter deux types des constructions avec la prédication de deuxième type : d'abord celles qui sont formées seulement à partir des noms des couleurs et des nuances, par exemple : *rubinowoczerwony*, ensuite celles qui sont modifiées par des adverbes ou des adjectifs d'intensité, comme *jasnosłomkowy*.

Voici quelques structures exprimant la couleur que nous retrouvons dans notre corpus :

1. un nom d'une nuance avec son hyperonyme

czerwono-rubinowy, czerwonorubinowy

rubinowo czerwony, rubinowoczerwony

słomkowo-żółty

słomiano-żółty (!?)

żółto-słomkowy

2. un nom d'une nuance avec un autre hyperonyme

granatow-czerwone, granatowo czerwony
fioletowo-rubinowy
rubinowo-fioletowy
różowo-truskawkowy
zielonkawo-złoty
zielonkawozółty
złocistożółty
złotobursztynowe

3. deux noms des nuances de la même couleur

rubinowo-purpurowy
wiśnioworubinowy

4. deux noms des nuances de deux couleurs différentes

złocistobursztynowy

5. deux noms de deux couleurs différentes

czarno-czerwona
czerwono-fioletowy, czerwono fioletowa
fioletowo-czerwona, fioletowoczerwona
różowoczerwone
złotożółty, złoto-żółty
żółtozłoty
żółto-zielony
zielono-żółty

6. une forme nominale avec son hyponyme

purpurowa czerwień
rubinowa czerwień
wiśniowa czerwień

7. une forme nominale avec un autre hyponyme ou une autre couleur

fioletowa czerwień
granatowa czerwień

8. deux formes nominales de deux couleurs différentes

czerwień granatu

Dans notre travail, nous avons aussi effectué une étude à partir d'un tri sur la fréquence qui permet de voir quels termes sont utilisés pour exprimer et puis nommer la couleur. Nous remarquons que les termes *szata* et *suknia* (fr., robe)

sont rarement utilisés, le plus souvent on parle tout simplement de *kolor* ou *barwa*, deux termes qui sont utilisés comme des synonymes dans le langage courant. Pourtant Ampel-Rudolf souligne que *barwa* est un hyponyme de *kolor*.

L'odorat

L'odorat est le sens le plus associé à l'animalité. Au cours de l'évolution, il a perdu son importance chez les hommes et il est considéré comme l'un des sens les moins développés. Mais il ne faut pas déprécier son rôle. L'observation des malades atteints de l'anosmie (trouble de l'odorat qui se traduit par une perte ou une diminution forte de la sensibilité aux odeurs) et de la cacosmie (trouble de l'odorat qui conduit à percevoir des odeurs déplaisantes) a prouvé qu'on ne peut pas se passer de l'olfaction. On a découvert que l'odorat joue un rôle important dans la détermination consciente et inconsciente des comportements nutritionnels, sexuels et sociaux. Le prix Nobel 2004 de médecine a été décerné pour des travaux sur le fonctionnement du système olfactif, qui repose sur une famille de près de 1000 gènes, soit 3 % de la totalité de nos gènes - un nombre énorme pour un sens peu développé. Mais nous ne sommes pas tout égaux au niveau génétique. Par exemple, environ 30% de la population ne possède pas de récepteur de la noisette et ne la sent pas. Mais certains récepteurs peuvent s'activer après quelques expositions car l'odorat se cultive et s'exerce.

L'acquisition des odeurs et notre jugement sont déterminés par plusieurs facteurs comme la situation, l'état psychologique et physiologique, etc. L'odeur d'un mets qui a provoqué un état d'indisposition (ou d'un mets qui croyions-nous l'avait provoqué) peut susciter le dégoût. L'odeur peut éveiller nos souvenirs, comme dans l'exemple classique de Proust et sa madeleine. Ce phénomène résulte du fonctionnement de notre système olfactif. Des axones qui sortent des cellules mitrales se rendent en partie au bulbe olfactif et en partie vers d'autres régions du cerveau - le cortex limbique, l'hippocampe et d'autres - qui continuent à analyser le message olfactif, l'associent aux autres données sensorielles et le chargent d'une valeur affective. Selon Holley, l'hédonisme olfactif a un profond enracinement biologique. Le plaisir sensoriel est le moyen que l'évolution a trouvé pour guider les organismes supérieurs vers les choses et les êtres qui accroissent les chances de survivre et de produire une descendance. L'auteur souligne l'attitude contradictoire de l'homme vis-à-vis de l'odorat. D'un côté, les hommes refusent un grand nombre d'odeurs qu'ils jugent mauvaises, même si certaines constituent un signal d'alarme naturel, et ils rejettent aussi leurs propres odeurs en se lavant fréquemment (Freud a noté ce point dans *Malaises de la civilisation*). D'autre part, ils mettent des arômes dans la nourriture, se parfument, pour transformer la nature.

Il y a deux types de mémoire olfactive. La mémoire à long terme regroupe des odeurs familières, la mémoire à court terme sert à intégrer les odeurs que nous ne connaissons pas. Lors de la mémorisation d'une odeur, nous l'associons à un signe linguistique. Grâce à cela, nous avons deux voies pour restituer l'odeur - une voie sensorielle et une voie verbale. De telle manière, la mémorisation est plus facile. Ce double encodage conduit à souvent nommer des odeurs en

désignant leur source. Comme souligne Holley, cela vient de la fonction primaire de l'odorat, c'est-à-dire d'informer de la présence dans l'entourage d'un objet, d'un être ou d'un animal et de dévoiler quelle substance est à manger et quelle à rejeter. Dans la perspective de l'évolution, cette attitude de donner à une odeur le nom de sa source est un processus logique et pratique. Mais cela ne suffit pas pour rendre toute la richesse des odeurs alors nous faisons appel à d'autres moyens linguistiques.

D'après Sylvie Normand, on nomme des odeurs:

- *par analogie, le nom de l'odeur porte le nom de l'objet, par exemple: odeur de rose*
- *par comparaison, on qualifie l'odeur à l'aide de l'objet évoquant une odeur proche, par exemple: «ceci sent comme la terre humide»*
- *par métaphore, on évoque l'odeur à partir d'une situation, par exemple: odeur de nuit d'été.*

Des raisons pratiques mènent notre esprit à classer les odeurs. Il n'existe pas de classification universelle des odeurs. Conformément aux théories et approches différentes, mais aussi au but de cette classification, les auteurs proposent plusieurs systèmes. Dans les ouvrages concernant la dégustation du vin, des familles d'arômes ne se correspondent jamais. Par exemple l'arôme de banane est classé soit avec dans la série fruitée (fruits exotiques) soit dans la série éthérée, l'arôme de champignon - dans la série épicée ou végétale, etc.

Nous avons trié les adjectifs exprimant l'arôme et trouvé quelques exemples intéressants où l'auteur utilise des métaphores :

(...) aromaty wiśniowe przeplatane niuansami przypraw, «pieprzu i wanilii».- słowem Tony Halik :).....

Złożone wino, przywołujące nuty bogatej sałatki z dojrzałych owoców (banan, morela) z dodatkiem bitej śmietanki i kruszonu...

Nous avons compté et classifié les termes qui expriment l'odeur, par exemple : *aromat, bukiet, zapach, nos*, et les termes qui servent à nuancer cette odeur : *nuta, nutka, akcent, dotyk, niuans, dotknięcie, szczypta, rys, tchnienie, element, odrobina, dodatek, ton, muśnięcie, tknięcie, ślad*. Nous observons que la langue polonaise utilise très souvent le terme *bukiet* comme synonyme de *aromat*. Pourtant à l'origine ce terme désigne l'ensemble des arômes qui se développent au cours du vieillissement et s'appliquent aux arômes tertiaires, complexes, plutôt du vin rouge. Par contre le terme *nos* est peu populaire, nous retrouvons quelques rares exemples de son choix :

W nosie szerokie (...)

W nosie rozwija się bogactwo szlachetnych aromatów, podkreślonych delikatnymi nutami czerwonych owoców.

En ce qui concerne le terme *nuta*, nous avons trouvé des descriptions prenantes de *nuty wiejskie* :

Wielkie, pełne wino. Gratka dla miłośników burgundów !!!! Delikatność połączona z głębią, wiejskie nuty oraz przyprawy i dojrzałe owoce leśne, niestychanie dystygowane(...)

Wino bardzo kontrowersyjne, zdecydowanie polecamy dla zaawansowanych miłośników wina, wielbicieli dzikich burgundów, dla których nuty wiejskie i zwierzęce to nie lada gratka.

Nuty wiejskie évoque tout simplement la campagne, l'odeur des animaux, des vaches ou des poules, l'odeur plutôt fort qui n'est pas agréable pour tout le monde. Ce terme est assez mystérieux et difficile à développer. Mais grâce à Bochnakowa nous avons une autre possibilité de l'interprétation. Elle a retrouvé ce terme en comparant la traduction polonaise d'un ouvrage français concernant le vin. Il s'agit du terme français *terroir* qui n'existe pas dans aucune langue sauf le français. *Nuty wiejskie* malheureusement ne rendent pas le concept du *terroir*, mais sont un exemple intéressant dans l'analyse de la langue du vin du polonais.

Le goût

Traditionnellement on parle de quatre saveurs: le sucré, le salé, l'acide et l'amer. À ces saveurs « élémentaires » s'ajoute la saveur *umami*, définie par Ikeda, la saveur « réglisse » proposée par Faurion et la saveur « gras » découverte par Montmayeur. Dans le XXe siècle, la conception de saveurs primaires (de 4 à 7, selon les sources) a été contestée par les chercheurs. Ils ont suggéré que les saveurs pures n'existent pas, que les hommes ressentent des qualités gustatives illimitées et que chaque individu dispose d'un espace gustatif différent. Faurion reprend cette idée et souligne que le manque de mots pour décrire le goût vient du manque de consensus au niveau des sensations gustatives dans la population.

En outre, les sensations buccales ne sont pas que chimiques. À côté des saveurs, nous percevons aussi des sensations somesthésiques (des sensations physiques perçues par la peau et les muscles, comme la position du corps, la température, la rugosité, le piquant, l'astringence, etc.) et nous ne sommes pas capables de sentir une sensation gustative pure. Dans l'activité de la dégustation il s'agit de sensations tactiles et thermiques que nous ressentons avant tout par la muqueuse, les gencives et le palais. Les réactions physiques et chimiques sont quasiment simultanées et, en réalité, ce que nous percevons dans notre bouche est multisensoriel, mais identifié et confondu en une seule image sensorielle et en un seul sens - le goût.

La mémoire gustative n'est pas durable, il faut que le produit soit consommé de manière répétitive. Cela vient du fait que la trace mnésique s'efface vite et reste assez floue. Nous mémorisons plutôt l'impression générale, très subjective. Notre mémoire gustative a une forte dimension hédonique - comme dans le cas de l'olfaction. C'est parce que la perception et la mémoire du goût sont fortement liées à la perception et la mémorisation olfactive. Cela est provoqué par la rétro-olfaction, c'est-à-dire la perception des caractères aromatiques

des produits dans la bouche par la voie rétro-nasale. Un phénomène important, mais malheureusement sans terme exact en polonais. Et pourtant c'est la rétro-olfaction qui est « le fondement du goût ». C'est à cause d'elle que quand nous sommes enrhumés, et que donc notre système olfactif est indisposé, nous ne « sentons » pas le goût ou nous le percevons différemment. Dans le langage courant, nous parlons de « goût » alors que souvent, il s'agit plutôt de l'*arôme* d'un produit. Par exemple, quand nous mangeons du pain grillé ou des saucisses de barbecue, nous trouvons « un goût de fumée » ou quand nous buvons de l'Earl Grey, nous sentons « un goût de bergamote ».

De cela vient notre difficulté d'interpréter certaines descriptions du vin. Pour effectuer un tri sur la fréquence, il faut décider où ranger des exemples comme :

Smak przywołuje suszone winogrona z nutami renklodowymi i migdałowymi

Smak: dojrzałe wiśnie w czekoladzie oraz śliwki.

Wyraźne posmaki czarnej porzeczki i owoców leśnych

Les ouvrages concernant la dégustation du vin ne parlent pas de cette possibilité d'exprimer le goût. Pourtant dans le langage courant, cette manière de décrire le goût est très populaire. Mais faut-il les mettre avec les arômes en admettant qu'il s'agit de la rétro-olfaction ? Ou créer une classe à part dans la partie concernant le goût ?

Pour finir, nous allons citer quelques résultats de notre enquête concernant le terme *aksamitny smak*. Permettons que le *Je* s'exprime :

Aksamitny smak - smak lekki, gładki, bardzo subtelny, nie narzucający smakującemu żadnych ostrych i silnych wrażeń smakowych

Aksamitny - delikatny, oleisty, drogi

Aksamitny smak - delikatny, wrażenie wywołane też przez rodzaj jedzonej rzeczy np. gładka skórka brzoskwini

Aksamitny smak - smak wina, który jest dobry, można powiedzieć doskonały, aksamitnie smakuje coś delikatnego, coś co nie przechodzi przez gardło jak żołą

Aksamitny? Przemawiałoby to za pojęciem delikatności, jako że jedwab jest chyba uznawany za najbardziej delikatną tkaninę

Nous voyons comme certains termes utilisés pour parler soit du vin, soit d'autres aliments, sont difficiles à définir. Et ce qui est intéressant, c'est d'observer comment les locuteurs comprennent certains termes et ce qu'ils pensent quand ils les entendent.

Références bibliographiques

Ampel-Rudolf, M., 1994. *Kolory. Z badań leksykalnych i składniowo-semantycznych języka polskiego*. Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej.

Bochnakowa, A., 2002. « *Jak opisać wino* ». Między oryginałem a przekładem, pp.107-

115. Kraków : Księgarnia Akademicka.

Dovaz, M., 2004. *2000 mots du Vin*, Paris, Hachette Pratique.

Faurion A., 1993. « *Chacun ses goûts* ». La gourmandise. Délices d'un péché. n° 140. pp. 78-81.

Grabowska, A., W. Budohoska, 1992. Procesy percepcji. Warszawa: PWN.

Holley, A., 1999. *Eloge de l'odorat*. Paris : Ed. Odile Jacob.

Holley, A., 2006. *Le cerveau gourmand*. Paris : Ed. Odile Jacob.

Holley, A., *Le système olfactif*. <http://olfac.univ-lyon1.fr/documentation/olfaction/>

Lyons, J., 1984. Semantyka. Warszawa : PWN.

Normand, S., 2002. *Les mots de la dégustation du champagne*. Analyse sémantique d'un discours professionnel. Paris : CNRS Editions.

Peynaud, E., J.Blouin, 2006. *Le Goût du vin*. Le grand livre de la dégustation. Paris: Dunod.

Sapir, E., 1978. *Kultura, język, osobowość*. Warszawa : PWN

Tokarski, R., 1995. *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu M.Curie-Skłodowskiej.

Whorf, B.L., 1982. *Język, myśl i rzeczywistość*. Warszawa : PWN.