

การศึกษาและวิเคราะห์วาทกรรมในหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยที่เขียนเป็นภาษาฝรั่งเศส



นางคณิศจันทน์ จันทร์สุริยา

สถาบันวิทยบริการ
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส ภาควิชาภาษาตะวันตก

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-17-6369-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ANALYSE DU DISCOURS DES GUIDES DE VOYAGE EN
FRANÇAIS SUR LA THAÏLANDE

Madame Kanungrat Chansuriya

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Cette Thèse Fait Partie des Études Supérieures Conformément au

Règlement du Diplôme d'Études Supérieures

Section de Français

Université Chulalongkorn

Année Académique 2004

ISBN 974-17-6369-7

Sujet ANALYSE DU DISCOURS DES GUIDES DE
VOYAGE EN FRANÇAIS SUR LA THAÏLANDE
Par Madame Kanungrat Chansuriya
Section Langue française
Directrice de Thèse Mademoiselle Sirivan Chulakorn, Ph.D.

Accepté par la Faculté des Lettres, Université Chulalongkorn
comme faisant partie du Doctorat, Conformément au Règlement du
Diplôme de Doctorat

..... Doyenne de la Faculté des Lettres
(Professeur Theraphan Luangthongkum, Ph.D.)

Le Jury

..... Présidente
(Professeur Assistant Varunee Padmasankh, Ph.D.)

..... Directrice de Thèse
(Mademoiselle Sirivan Chulakorn, Ph.D.)

..... Membre
(Professeur Associé Thida Boontham, Ph.D.)

..... Membre
(Professeur Assistant Supanni Chantkran, Ph.D.)

..... Membre
(Professeur Jean-Marcel Paquette)

คณิ่งรัตน์ จันทรสุริยา : การศึกษาและวิเคราะห์วาทกรรมในหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยที่เขียนเป็นภาษาฝรั่งเศส (ANALYSE DU DISCOURS DES GUIDES DE VOYAGE EN FRANÇAIS SUR LA THAÏLANDE)
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. สิริวรรณ จุฬารัตน์ จำนวนหน้า 325 หน้า ISBN 974-17-6369-7

งานวิจัยนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาและวิเคราะห์วาทกรรมในหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยที่เขียนเป็นภาษาฝรั่งเศส ในการวิจัยได้อาศัยแนวทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการสื่อสาร ทฤษฎีไวยากรณ์ตัวบท ทฤษฎีว่าด้วยวาทกรรมเชิงปฏิบัติศาสตร์ และทฤษฎีการวิเคราะห์ภาพ

ในการศึกษาค้นคว้าได้ใช้หนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยที่เขียนเป็นภาษาฝรั่งเศส ซึ่งตีพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ฝรั่งเศสในประเทศฝรั่งเศส ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1987 ถึง ค.ศ. 2001 มีจำนวน 5 เล่ม โดยคำนึงถึงความหลากหลายและปริมาณ ซึ่งจะสามารถแสดงลักษณะเฉพาะของหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทย หัวข้อในการศึกษาแบ่งเป็น 4 หัวข้อใหญ่ คือ บทที่หนึ่ง เป็นการศึกษาลักษณะโครงสร้างพื้นฐานของหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยโดยมีเนื้อหาหลักที่แบ่งออกเป็นสามประเภท กล่าวคือ การให้เนื้อหาด้านภูมิศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย การให้เนื้อหาในด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย และการให้คำแนะนำหรือข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสามส่วนนี้เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างเนื้อหาของหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทย บทที่สอง เป็นการศึกษาสัมพันธ์ของวาทกรรมประเภทต่าง ได้แก่ การยกคำอ้างอิงหรือการใช้วาทกรรมอื่นๆ ที่เป็นของผู้อื่นมาเสริม หรือมาประกอบเข้ากับคำพูดของตนเพื่อจะได้วาทกรรมที่เป็นหนึ่งเดียว คือ วาทกรรมของหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทย บทที่สาม เป็นการศึกษาการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร (ผู้เขียน) และผู้รับสาร (ผู้อ่าน) กล่าวคือ ผู้เขียนเสนอข้อมูลความรู้แก่ผู้อ่านซึ่งยังไม่รู้จักประเทศไทย วาทกรรมที่ปรากฏมีลักษณะสื่อสารทางเดียว แต่เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน ผู้เขียนจึงใช้กลวิธีในการสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกว่ายู่ในสถานการณ์สื่อสาร และบทที่สี่ เป็นการศึกษาการใช้วาทกรรมในหนังสือคู่มือท่องเที่ยว ได้แก่ การใช้ภาพประกอบ และการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งต่างเป็นส่วนสำคัญในการสื่อความหมาย และดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

ผลการวิจัยนี้พบว่าวาทกรรมในหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ คือ การใช้องค์ประกอบหลากหลายด้านตัวบท การใช้สัมพันธ์ของวาทกรรมประเภทต่างๆ การสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และการให้ความสำคัญด้านอวัจนภาษามาช่วยเสริม ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการสื่อสารของหนังสือคู่มือท่องเที่ยวประเทศไทยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้ทำให้ทราบถึงวิธีการสร้างหนังสือคู่มือท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสด้านการท่องเที่ยว และสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวาทกรรมที่เกี่ยวข้องในงานประเภทอื่นๆ

ภาควิชา	ภาษาตะวันตก	ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา	ภาษาฝรั่งเศส	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา	2547	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

#/ 4280901922 : MAJOR French

KEY WORD : ANALYSE DU DISCOURS / GUIDE DE VOYAGE EN
FRANÇAIS / LA THAÏLANDE.

KANUNGRAT CHANSURIYA : ANALYSE DU DISCOURS DES
GUIDES DE VOYAGE EN FRANÇAIS SUR LA THAÏLANDE

DIRECTRICE DE THÈSE : MADEMOISELLE SIRIVAN CHULAKORN,
Ph.D. 325 pages ISBN 974-17-6369-7

Le but de cette étude est d'identifier les traits spécifiques du discours touristique que contiennent les guides de voyage sur la Thaïlande. Pour le cadre méthodologique, nous appuyons principalement sur la théorie de la communication, la théorie de l'organisation séquentielle de la textualité, la théorie de l'hétérogénéité énonciative et la théorie des actes de langage. Nous analyserons les rapports entre le message linguistique et le message visuel d'après les théories pour l'interprétation des images.

Notre étude se divise en quatre parties dont la première sera consacrée aux caractéristiques générales des guides de voyage portées sur les trois catégories d'informations. La deuxième partie sera centrée sur les différents types d'intertextes attestés, le but est d'illustrer la co-présence de discours de l'autre dans le discours de soi-même. La troisième partie se consacre à la stratégie interactive entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage qui évoque à une apparence entremêlée entre un fait monologique et un fait dialogique dans le discours des guides de voyage. Dans la quatrième partie, notre analyse porte sur les aspects non-verbaux en nous penchant sur les signes iconiques.

Pour le résultat de cette recherche nous constatons que les traits caractéristiques des guides de voyage sur la "Thaïlande" se composent comme les suivants: l'hétérogénéité de types de texte, différents types de texte: informatif, descriptif, narratif, injonctif et argumentatif, l'hétérogénéité énonciative, la prise en compte de l'interlocuteur (le lecteur) et la supplémentarité de représentation des icônes. Ces traits sont dominants dans une oeuvre touristique, ils identifient les propriétés des guides de voyage.

Département	Langues Occidentales	Signature de l'étudiante
Section	Français	Signature de la directrice
Année académique	2004	Signature du co-directeur

REMERCIEMENTS

Parvenue à la fin de ma recherche et de la rédaction de cette thèse, je souhaiterais tout d'abord exprimer mes remerciements à Dr. Sirivan Chulakorn pour ses conseils et sa direction.

Je souhaiterais exprimer toute ma reconnaissance à Monsieur Jean-Marcel Paquette qui a bien voulu consacrer son temps à relire et à perfectionner ma thèse ainsi qu'à tous les professeurs de la Section de Français de l'Université Chulalongkorn pour leurs conseils très appréciés dès le commencement du travail et le soutien chaleureux pour la réaction de cette thèse.

Je voudrais exprimer également mes remerciements à Madame Sophie Moirand et Madame Jacqueline Authier-Revuz de l'université de la Sorbonne Nouvelle (Paris III) pour leur précieux conseil.

Je tiens enfin à remercier toute ma famille pour leur soutien continu et leurs encouragements.

Sans la présence des personnes nommées plus hauts, cet ouvrage n'aurait pu voir le jour.

Table des matières

	Page
RÉSUMÉS (thaï).....	iv
RÉSUMÉS (français).....	v
REMERCIEMENTS.....	vi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DES GUIDES DE VOYAGE.....	8
1.1 Catégories des informations touristiques.....	9
1.1.1 Connaissances socio-culturelles.....	9
1.1.1.1 Faits historiques.....	9
1.1.1.2 Faits démographiques.....	12
1.1.1.3 Faits économiques.....	13
1.1.1.4 Faits religieux.....	14
1.1.1.5 Faits éducatifs.....	14
1.1.2 Connaissances géo-touristiques.....	15
1.1.2.1 Localisation.....	15
1.1.2.2 Climat.....	15
1.1.2.3 Flore et faune.....	16
1.1.2.4 Sites touristiques.....	16
1.1.3 Informations pratiques.....	17
1.1.3.1 Conseils avant le départ.....	17
1.1.3.2 Conseils sur place.....	17
1.2 Types de texte touristique.....	20

	Page
1.2.1 Type informatif.....	23
1.2.1.1 Introduction des informations nouvelles par les thèmes constants.....	29
1.2.1.2 Introduction des informations supplémentaires par les connaissances partagées.....	35
1.2.2 Type descriptif.....	38
1.2.2.1 Utilisation des qualificatifs à caractère appréciatif.....	39
1.2.2.2 Utilisation des superlatifs.....	42
1.2.2.3 Utilisation des locutions prépositionnelles spatiales.....	47
1.2.2.4 Description de certaines parties pour le tout.....	53
1.2.2.5 Utilisation des gérondifs.....	57
1.2.3 Type injonctif.....	59
1.2.3.1 Infinitif.....	60
1.2.3.2 Impératif à la deuxième personne “vous”.....	64
1.2.3.3 Verbes de modalité: “devoir”, “falloir” et “savoir”.....	66
1.2.3.4 Mot exclamatif “Attention”.....	73
1.2.3.5 Expression “Inutile de”.....	77
1.2.3.6 Expression impersonnelle “Il est recommandé de”.....	79
1.2.4 Type narratif.....	82
1.2.4.1 Temps du récit.....	82
1.2.4.2 Présent historique.....	89
1.2.5 Type argumentatif.....	91
1.2.5.1 Argumentation par l’appel à la valeur supérieure.....	91
1.2.5.2 Argumentation par des métaphores.....	93
1.2.5.3 Argumentation par les injonctions.....	95
1.2.5.4 Argumentation par le raisonnement.....	96

CHAPITRE II INTERTEXTES INTERNE ET EXTERNE

DU DOMAINE TOURISTIQUE.....	101
2.1 Intertexte interne du domaine touristique: citations.....	106
2.1.1 Discours direct.....	107
2.1.1.1 Locuteurs originels du discours direct.....	109
2.1.1.1.1. Locuteurs-témoins.....	110
2.1.1.1.2. Locuteurs-professionnels.....	112
2.1.1.2 Formes du discours direct.....	117
2.1.1.2.1 Discours direct avec verbe introducteur.....	117
2.1.1.2.2 Discours direct sans verbe introducteur.....	119
2.1.2 Discours indirect.....	122
2.1.2.1 Locuteurs du discours indirect.....	122
2.1.2.1.1 Locuteurs-inanimés.....	123
2.1.2.1.2 Locuteurs-anonymes.....	125
2.1.2.2 Formes du discours indirect.....	127
2.1.3 Modalisation en discours second.....	128
2.1.3.1 Locuteurs de la modalisation en discours second.....	130
2.1.3.2 Forme de la modalisation en discours second.....	131
2.1.4 Îlot énonciatif: citation partielle.....	132
2.1.4.1 Locuteurs de l'îlot énonciatif.....	133
2.1.4.2 Forme de l'îlot énonciatif.....	134
2.1.5 Valeur des citations.....	134
2.1.5.1 Valeur véridique.....	135
2.1.5.2 Valeur esthétique.....	137
2.1.5.3 Valeur anecdotique.....	139
2.2 Intertexte externe du domaine touristique.....	141
2.2.1 Recettes de cuisine.....	142

	Page
2.2.1.1 Structure de recette.....	145
2.2.1.2 Fonction de la mise en texte de la recette de cuisine.....	146
2.2.2 Carnet d'adresses.....	148
2.2.2.1 Types d'adresses données.....	148
2.2.2.1.1 Adresses d'organisme de voyage.....	149
2.2.2.1.2 Adresses d'hébergement.....	150
2.2.2.1.3 Adresses de restauration.....	151
2.2.2.1.4 Adresses utiles.....	153
2.2.2.2 Structure d'adresses.....	154
2.2.3 Traces des discours autres dans la recette de cuisine et dans le carnet d'adresses.....	156
2.2.3.1 Trace du point de vue polyphonique.....	156
2.2.3.2 Trace du point de vue séquentiel.....	157
2.2.3.3 Trace du point de vue typographique.....	157
3.2.4 Pluri-discours dans le domaine géographique.....	158
2.2.4.1 Thème "localisation".....	160
2.2.4.2 Thème "climat".....	161
2.2.4.3 Thème "démographie".....	162
2.2.5 Pluri-discours dans le domaine socio-culturel.....	165
2.2.5.1 Thème "histoire".....	165
2.2.5.2 Thème "bouddhisme".....	167
2.2.5.3 Thème "art".....	169

CHAPITRE III INTERACTION ENTRE LE RÉDACTEUR-AUTEUR

ET LE LECTEUR DU GUIDE DE VOYAGE.....171

3.1 Présence explicite des co-énonciateurs.....175

3.1.1 Utilisation des pronoms personnels.....176

	Page
3.1.1.1 Utilisation de “vous”.....	177
3.1.1.2 Utilisation de “nous”.....	181
3.1.1.2.1 “Nous” de l’équipe rédactionnelle.....	181
3.1.1.2.2 “Nous” de l’inclusion du lecteur.....	183
3.1.1.3 Utilisation d’“on”, le substitut de “nous”.....	185
3.1.2 Jeu de représentation des actes à travers des paroles explicites des pronoms personnels.....	187
3.1.2.1 Impératifs à la deuxième personne.....	188
3.1.2.2 Verbes illocutoires.....	192
3.1.2.3 Futur de l’indicatif.....	194
3.1.2.4 “Si” hypothétique.....	198
3.1.2.5 Auxiliaires modaux : “pouvoir” et “devoir”.....	200
3.1.2.5.1 Forme assertive à la deuxième personne avec le verbe auxiliaire modal “pouvoir”.....	201
3.1.2.5.2 Forme assertive à la deuxième personne avec le verbe auxiliaire modal “devoir”.....	203
3.2 Présence implicite des co-énonciateurs.....	206
3.2.1 Jeu de représentation des actes à travers des paroles sans pronoms personnels.....	206
3.2.1.1 Salutation.....	206
3.2.1.2 Exclamation.....	209
3.2.1.3 Interrogation.....	213
3.2.1.4 Qualificatifs élogieux.....	216
3.2.1.4.1 Qualificatifs élogieux à valeur superlative absolue.....	219
3.2.1.4.2 Qualificatifs élogieux à valeur superlative du comparatif.....	225

3.2.1.4.3 Qualificatifs élogieux focalisés sur les expressions imagées.....	227
3.2.1.5 Expressions impersonnelles de modalités.....	232
3.2.1.5.1 “Vouloir dire” porté sur un conseil.....	233
3.2.1.5.2 “Vouloir dire” porté sur une recommandation.....	234
3.2.1.5.3 “Vouloir dire” porté sur une possibilité.....	236
3.2.1.5.4 “Vouloir dire” porté sur une appréciation favorable.....	237
3.2.1.5.5 “Vouloir dire” porté sur une nécessité.....	242
3.2.1.5.6 “Vouloir dire” porté sur une obligation.....	247
3.2.1.5.7 “Vouloir dire” porté sur une interdiction.....	248
3.3 Rôles des interactants (le rédacteur-auteur / le lecteur).....	253
3.3.1 Statut des sujets dans une perspective communicative.....	254
3.3.1.1 Locuteur.....	255
3.3.1.2 Interlocuteur.....	255
3.3.2 Statut des sujets à travers le point de vue linguistique.....	256
3.3.2.1 Énonciateur.....	256
3.3.2.2 Destinataire.....	257
3.4 Réflexion sur le phénomène d’interaction verbale.....	259
3.4.1 Position des interactants.....	259
3.4.1.1 Position forte du locuteur.....	259
3.4.1.2 Position faible de l’interlocuteur.....	260
3.4.2 Fonctions de l’interaction verbale.....	260
3.4.2.1 Fonction communicative.....	260
3.4.2.2 Fonction suggestive.....	261
3.4.2.3 Fonction argumentative.....	261

	Page
CHAPITRE IV SIGNES ICONIQUES.....	264
4.1 Images sur la couverture.....	266
4.1.1 Catégories des images sur la couverture.....	266
4.1.1.1 Photos touristiques.....	266
4.1.1.2 Dessins.....	270
4.1.1.3 Peintures.....	272
4.1.2 Interprétation des images.....	275
4.1.2.1 Images au sens littéral.....	276
4.1.2.2 Images au sens figuré.....	278
4.1.3 Fonctions de l'image sur la couverture.....	279
4.1.3.1 Fonction persuasive.....	280
4.1.3.2 Fonction informative.....	280
4.1.3.3 Fonction méta-visuelle.....	281
4.2 Images en texte.....	282
4.2.1 Catégories des images présentées.....	282
4.2.1.1 Images culturelles.....	283
4.2.1.2 Images écologiques.....	286
4.2.1.3 Images ethniques.....	287
4.2.2 Mise en page de l'image.....	289
4.2.2.1 Images accompagnées de la légende.....	289
4.2.2.2 Images accompagnées du titre.....	290
4.2.2.3 Images accompagnées de la légende et du titre.....	292
4.2.3 Fonctions de l'image en texte.....	294
4.2.3.1 Fonction authentique.....	295
4.2.3.2 Fonction informative.....	296
4.2.3.3 Fonction nostalgique.....	296
4.2.3.4 Fonction persuasive.....	297
4.3 Plans et cartes touristiques.....	299

	Page
4.3.1 Cartes touristiques.....	299
4.3.1.1 Carte générale d'un pays.....	300
4.3.1.2 Carte locale.....	300
4.3.1.3 Carte d'itinéraire de visite.....	301
4.3.2 Plans touristiques.....	302
4.3.2.1 Plan de la ville.....	302
4.3.2.2 Plan d'une construction d'un site touristique.....	303
4.4 Symboles.....	304
4.4.1 Symboles à l'intérieur du texte.....	304
4.4.1.1 Symboles liés aux attraits.....	305
4.4.1.2 Symboles renvoyés au titre.....	307
CONCLUSION.....	309
RÉFÉRENCES.....	318
BIOGRAPHIE.....	325

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Introduction

Nous constatons que pendant les deux dernières décennies s'accumulent un grand nombre de guides de voyage de langue française sur la Thaïlande. Ils sont publiés en France par différentes éditions comme les suivantes:

Christine Le Diraion. *Thaïlande*. Guides Bleus Évasion. Paris: Hachette, 1997. (271 pages)

Collectif. *Thaïlande*. Guide du routard. Paris: Hachette, 2001. (463 pages)

Collectif. *Thaïlande*. Guide du tourisme. Paris: Michelin, 1999. (310 pages)

Collectif. *Thaïlande*. Guides Gallimard. Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993. (376 pages)

Dominique Auzias et Jean-Paul Labourdette. *Thaïlande*. Le petit futé. Paris: Nouvelles Éditions de l'université, 1999. (94 pages)

Gérard Pouradier. *Thaïlande*. Paris: J.A., 1987. (186 pages)

Hervé Beaumont. *Thaïlande*. Guides Marcus. Paris: Macus, 1991. (79 pages)

Marc Villette. *Thaïlande*. Guide M. A. Paris: M.A., 1987. (279 pages)

Marc Bloch. *Thaïlande*. Guides Odysée. Paris: Comex, 1997. (95 pages)

Yves-Guy Bergès. *Thaïlande*, Guides Départ. Paris: Départ, 1989. (114 pages)

Yves-Guy Bergès. *Thaïlande*. Nouvelles frontières. Paris: J.A., 1989. (186 pages)

Yvon Chawviré. *Thaïlande*. Voyageurs du monde. Paris: Voyageurs du monde, 1993. (187 pages)

Parmi les plus connus et les plus importants, nous pouvons relever les guides de voyage de langue française des maisons d'édition française dont le volume a plus de 250 pages:

Christine Le Diraison. *Thaïlande*. Guides Bleus Évasion. Paris: Hachette, 1997.

Collectif. *Thaïlande*. Guide du routard. Paris: Hachette, 2001.

Collectif. *Thaïlande*. Guide du tourisme. Paris: Michelin, 1999.

Collectif. *Thaïlande*. Guides Gallimard. Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993.

Marc Villette. *Thaïlande*. Guide M.A. Paris: M.A., 1987.

Nous constatons qu'il existe peu d'ouvrages théoriques consacrés au discours touristique sur la Thaïlande d'où le choix du sujet de recherche. De plus, notre motivation vient de notre expérience de responsable de l'enseignement de français du tourisme, il nous est apparu que cette analyse spécifique serait utile pour l'étude d'autres écrits touristiques en Thaïlande. Nous avons choisi comme corpus de travail les cinq importants mentionnés plus haut, à savoir (le guide *Bleus Évasion*, le guide *Routard*, le guide *Michelin*, le guide *Gallimard* et le Guide *M.A.*), leur discours dans les aspects linguistique et visuel.

Avant d'aborder le travail, il nous semble important d'expliquer le terme de "discours" sur lequel nous nous concentrons. Les notions de "discours" sont fréquemment nombreuses mais la définition du terme "discours" est polysémique. Selon le *Dictionnaire de linguistique* de

Jean Dubois et al., le premier sens de discours est le “langage mis en action, la langue assumée par le sujet parlant.”¹ Ici, son synonyme est comme la “parole saussurienne; c’est son sens courant dans la linguistique structurale”². Le deuxième sens de discours est une “unité égale ou supérieure à la phrase: il est constitué par une suite formant un message ayant un commencement et une clôture.”³ Dans ce cas, il est équivalent d’“un message pris globalement, un énoncé.”⁴ Le troisième sens de “discours”, à savoir dans le domaine de la linguistique moderne, désigne “tout énoncé supérieur à la phrase, considéré du point de vue des règles d’enchaînement des suites de phrases.” Et le quatrième, selon la citation de Dominique Maingueneau, est la définition de l’école française concernant l’analyse du discours, on distingue l’“énoncé” de “discours”, “l’énoncé, c’est la suite des phrases émises entre deux blancs sémantiques, deux arrêts de la communication; *le discours*, c’est l’énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui le conditionne. Ainsi un regard jeté sur un texte du point de vue de sa structuration «en langue» en fait un énoncé; une étude linguistique des conditions de production de ce texte en fera un discours.”⁵ Émile Benveniste partage le système verbal en deux plans d’énonciation: ce sont “l’histoire” et “le discours”. Pour lui, l’énonciation de l’“histoire” est réservée à la langue écrite, et elle caractérise le récit des événements passés. C’est-à-dire que “le récit représente le degré zéro de l’énonciation: dans le récit, tout se passe comme si aucun sujet ne parlait, les événements semblent se

¹ Jean Dubois et al., *Dictionnaire de linguistique* (Paris: Larousse, 1973), p. 156.

² Dominique Maingueneau, *Initiation aux méthodes de l’analyse du discours, Problèmes et perspectives* (Paris: Hachette, 1976), p. 11.

³ Ibid., p. 156.

⁴ Ibid., p. 11.

⁵ Ibid.

raconter d'eux-mêmes; le discours se caractérise, au contraire, par une énonciation, supposant un locuteur et un auditeur, et par la volonté du locuteur d'influencer son interlocuteur.”⁶

Pour nous, le discours des guides de voyage est le discours touristique quand il touche au domaine du tourisme. C'est-à-dire des activités sociales liées aux déplacements ou aux séjours des touristes. Afin de réfléchir sur l'aspect hétérogène du discours touristique, nous adaptons la définition de “discours” de l'école française liée à la notion d'Émile Benveniste où le discours possède deux plans d'énonciation. L'opposition entre “histoire” et “discours” peut servir à démontrer les différents plans d'énonciation du discours des guides de voyage.

Ainsi, dans notre travail, le discours est comme “l'étude d'un texte en rapport avec ses conditions de production”⁷ ou comme la citation de Jean-Paul Bronckart, le discours est un “objet concret combinant des propriétés textuelles et les caractéristiques d'un acte (ou d'une conduite langagière) accompli(e) dans une situation déterminée, le texte constitue, lui, un objet abstrait résultant de la soustraction du contexte opérée sur l'objet concret.”⁸ Sur ce point, nous entrerons plus dans le détail dans le chapitre consacré à l'étude des types de texte (chapitre I).

Les textes des guides de voyage possèdent des aspects particuliers et très divers, par exemple, l'aspect verbal (la prise en compte de l'interlocuteur) et l'aspect non-verbal (les images, les symboles). Il nous

⁶ Ibid., p. 157.

⁷ Georges-Elia Sarfati, *Éléments d'analyse du discours* (Paris: Nathan, 1997), p. 17.

⁸ Jean-Paul Bronckart, *Activité langagière, textes et discours* (Lausanne: Delachaux et Niestlé), p. 146.

faut d'élaborer une méthodologie d'analyse qui correspond à ces aspects. Ainsi, il est indispensable d'utiliser de différents principes théoriques pour construire notre propre cadre méthodologique.

Nous appuyons principalement sur la théorie de l'énonciation d'Émile Benveniste. Nous empruntons également la théorie de l'organisation séquentielle de la textualité de Jean-Michel Adam concernant la typologie des textes et les recherches de Bernard Combettes sur le type du texte informatif.

En ce qui concerne le cadre d'analyse de l'intertexte, nous nous basons sur la théorie de l'hétérogénéité énonciative de Jacqueline Authier-Revuz. Et les ouvrages de Dominique Maingueneau sont aussi très utiles pour l'analyse discursive liée à la citation partielle du discours rapporté.

Nos analyses dans le domaine des interactions verbales sont essentiellement fondées sur la théorie de Catherine Kerbrat-Orecchioni qui travaille sur l'énonciation axée sur la subjectivité dans le langage et plus particulièrement sur les adjectifs subjectifs d'une part et d'autre part, l'usage des déictiques personnels basés sur la théorie de l'énonciation en linguistique de Dominique Maingueneau. Ceci nous permet d'étudier l'interaction sur l'implication des co-énonciateurs qui provoque un échange verbal.

Quant à l'aspect iconique, nous nous basons sur la théorie des signes iconiques de Charles Sanders Peirce d'un côté et de l'autre côté, nous empruntons la théorie de l'interprétation de l'image (la dénotation et la connotation) de Roland Barthes.

Le but de cette étude est d'identifier les traits spécifiques du discours touristique que contiennent les guides de voyage sur la Thaïlande. Notre étude se divise en quatre parties dont la première partie sera consacrée sur les caractéristiques générales des guides de voyage d'une part et les types de texte d'autre part. Nous relevons cinq types importants: le type informatif, le type descriptif, le type narratif, le type injonctif et enfin le type argumentatif.

La deuxième partie sera centrée sur l'intertexte dont le but est d'illustrer la co-présence de discours de l'autre dans le discours de soi-même concernant le discours rapporté d'une part, et d'autre part, l'insertion du discours spécifique: le discours culinaire (la recette de cuisine) et le discours scientifique (géographique, historique, religieux, etc.)

La troisième partie se consacre à la stratégie interactive entre le "rédacteur-auteur"⁹ et le lecteur du guide de voyage qui évoque à une apparence entremêlée entre un fait monologique et un fait dialogique dans le discours des guides de voyage.

Dans la quatrième partie, notre analyse porte sur les aspects non-verbaux. Nous retiendrons particulièrement les analyses des signes iconiques proposées par Charles Sanders Peirce. Nous nous pencherons

⁹ Nous utilisons le terme "rédacteur-auteur" parce que deux guides (le guide *Bleus Évasion* et le guide *M.A.* sont écrits, l'un par Christine Le Diraison et l'autre par Marc Villette. Ces deux noms donnés précisent ceux qui sont responsables de leurs oeuvres. Trois autres ne soulignent pas le nom de l'auteur. Ils sont rédigés par une équipe de travail. Dans ce cas, nous relierons ces deux termes pour clarifier l'analyse de notre corpus. Le terme "rédacteur" désigne donc un collectif du point de vue du travail effectué et le terme "auteur" du point de vue de l'imputation d'une responsabilité. (Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, 200: 75-76)

sur les signes iconiques: les images, les plans et les cartes touristiques d'une part. D'autre part, nous examinerons les symboles utilisés dans le texte. De plus, nous analyserons les rapports entre le message linguistique et le message visuel selon la théorie de l'interprétation de l'image de Roland Barthes.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Chapitre I

Caractéristiques générales des guides de voyage

Ce chapitre a pour but de présenter deux aspects intéressants liés à la production du texte des guides de voyage: le contenu thématique et les types de texte permettant d'observer les caractéristiques générales des guides de voyage. L'analyse du discours des guides de voyage dans sa généralité nous aide aussi à catégoriser les différentes informations et les divers phénomènes de la progression des informations selon le thème utilisé.

Pour produire un texte, le rédacteur-auteur doit poser ce qu'il veut dire comme le sujet traité ou le référent. Ce référent est lié à l'intention de la communication que le rédacteur-auteur du guide de voyage veut construire avec son lecteur. Il s'agit essentiellement du contenu thématique qui influence sur la production d'un texte. Le contenu thématique d'un texte peut être défini comme "l'ensemble des informations qui y sont explicitement présentées".¹ Ces informations relèvent des connaissances qui varient en fonction de la compétence encyclopédique du rédacteur-auteur qui est considéré comme une personne expérimentée en tant que maître de son œuvre.

Dans ce cas, nous proposons de faire le classement des thèmes qui déterminent les caractères communs des connaissances présentées dans tous les guides de voyage.

¹ Jean-Paul Bronckart, *Activité langagière, textes et discours*, (Lausanne: Delacroix et Niestlé SA, 1996), p. 100.

1.1 Catégories des informations touristiques

Les informations données par le rédacteur-auteur du guide de voyage peuvent être regroupées en trois grandes catégories:

1.1.1 Connaissances socio-culturelles

Les guides de voyage fournissent considérablement des informations d'ordre socio-culturel qui s'intègrent dès la première partie du livre. Il suffit d'examiner rapidement la table de matière de chaque guide de voyage pour le constater. Prenons comme exemple, le guide *Bleus Évasions* dont les titres des rubriques sont "Héritage", "Aujourd'hui" et "Bouddhisme", ils représentent tous des connaissances socio-culturelles. Nous voyons que non seulement ce guide veut faire découvrir les visages actuel et historique de la Thaïlande, mais aussi il cherche à pénétrer dans sa profondeur en soulignant l'influence bouddhique sur la vie globale des Thaïlandais. Nous relevons donc cinq faits représentant les connaissances socio-culturelles:

1.1.1.1 Faits historiques

Tous les guides de voyage décrivent les origines des Thaïs et l'histoire des quatre royaumes siamois: Sukhothai, Ayutthaya, Thonburi et Rattanakosin. Il est intéressant que ces guides choisissent d'accentuer sur les quatre grands rois de chaque royaume.

-Sukhothaï:

Le royaume de Sukhothaï est considéré comme le premier royaume thaï et comme l'âge d'or, surtout sous le règne du roi Ramkhamhaeng. Les Thaïs ont les premiers écrits en langue thaïe sur stèle, exposée aujourd'hui au musée de Bangkok. Le système de monarchie paternaliste est établi par le Grand Roi Ramkhamhaeng. Pendant quarante années de son règne, Sukhothaï est comme "la cité du bonheur". Comme le décrit Marc Villette, "Le roi rendait lui-même la justice, comme Saint Louis. La tradition veut qu'il y ait un gong devant son palais et que tout sujet qui faisait résonner l'instrument obtenait une audience au cours de laquelle le roi écoutait les griefs et tranchait les litiges."²

-Ayutthaya:

Parmi plusieurs rois de cette époque, les guides de voyage parlent du premier roi d'Ayutthaya, le roi Rama Thibodi et donnent l'importance sur les deux autres grands rois: le grand roi Naresuan qui peut sauvegarder l'indépendance pendant plusieurs années, et le grand roi Naraï qui fait l'ouverture du pays avec les étrangers occidentaux, c'est d'ailleurs à cette époque que la Thaïlande a des relations diplomatiques avec la France. Comme en témoigne le guide *Michelin*, "sous le roi Naraï (1656-88), le commerce prospéra sous monopole royal, et de nombreux traités furent signés. Les missionnaires français furent autorisés à pratiquer leur religion, et des missions diplomatiques furent échangées avec la cour de Louis XIV."³ Sur ce point, c'est la remarque historique qui intéresse les lecteurs français. Notons enfin que c'est la période du grand

² Marc Villette, *Thaïlande*, guide M.A. (Paris: M. A., 1987), p. 33.

³ Collectif, *Thaïlande*, guide de tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 32.

développement: les relations diplomatiques, l'expansion religieuse, l'art, et l'architecture.

-Thonburi:

Les guides de voyage parlent de la fondation de la nouvelle capitale à Thonburi, fondée par le roi Taksin. Après son exécution à cause de son état mental, le général Chakri devient roi, sous le nom de Rama I^{er}, fondateur de la dynastie Chakri, qui "choisit Bangkok, pour capitale et entreprend d'y faire édifier des temples et des palais inspirés du style d'Ayutthaya."⁴

-Rattanakosin:

Les guides de voyage parlent de l'époque de Rattanakosin de manière précise. Il fait allusion au changement du régime politique: de la monarchie absolue à la monarchie constitutionnelle. Il parle des conflits de la démocratie et la stabilité du pays en présentant les différents premiers ministres: Pridi Phanomyong, Phibul Songkram, Kukrit Pramot, Kriangsak Chamanan, Prem Tinsulanonda, etc. De plus, les guides de voyage mettent en valeur le règne de Rama IX en faisant éloge du roi qui est considéré comme le grand respect du pays: "en tant que monarque constitutionnel, ses pouvoirs sont limités, mais ses sages conseils et l'intérêt profond qu'il porte au bien-être de son peuple lui ont valu un immense respect et l'admiration de la nation."⁵

⁴ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 69.

⁵ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 35.

1.1.1.2 Faits démographiques

Pour esquisser le portrait de la Thaïlande, les guides donnent des informations concernant la population: l'évolution démographique, les occupations et les conflits. Les guides décrivent une diaspora des groupes ethniques minoritaires dans chaque région de la Thaïlande en soulignant les trois minoritaires qui jouent le rôle important dans le pays.

-Les Chinois émigrés en Thaïlande exerçant une très grande influence dans le domaine du commerce et des finances, implantés dans un quartier chinois "Yaowarat" et dans toutes les grandes villes. Comme en témoigne le guide *Routard*, "ils contrôlent aujourd'hui la quasi-totalité du secteur bancaire et gèrent quelque 90% du secteur privé, qu'il s'agisse de l'industrie ou des services."⁶

-Les Thaï-musulmans du Sud avec les relations plus proches de la Malaisie. Ils ont trois activités principales: "la pêche, la riziculture et l'exploitation du latex dans les grands plantations d'hévéa."⁷ Ils vivent dans les provinces de l'extrême sud de la Thaïlande telles que Narathiwat, Pattani, Yala, Satun, etc.

-Les tribus montagnardes comportent six tribus principales telles que Hmong, Yaos, Lisus, Karens, Akhas, et Lahus, implantés dans les provinces du Nord, surtout à Chiangmaï et Chiangraï.

⁶ Collectif, *Thaïlande*, guide du routard (Paris: Hachette, 2001), p. 62.

⁷ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 78.

1.1.1.3 Faits économiques

Nous trouvons que tous les guides décrivent les faits économiques de la Thaïlande à travers deux secteurs. Il s'agit du secteur agricole concernant essentiellement la riziculture qui reflète la tradition thaïlandaise. Mais grâce à l'exportation, la Thaïlande s'adapte aux situations nouvelles pour préserver le patrimoine agricole. Du passage agricole à celui de l'industrie mécanique, la Thaïlande s'oriente à l'industrie du tourisme qui contribue pour une plus grande part aux revenus du pays. Enfin, pour estimer et prévoir l'avenir de la Thaïlande par l'évolution technologique de la tradition agricole à d'autres industries plus importantes, les guides parlent de deux secteurs suivants:

Pour le secteur agricole, les guides de voyage parlent de la production agricole et de l'exportation mondiale surtout du riz, du manioc et du caoutchouc. Comme le dit le guide *M.A.*, "L'économie de la Thaïlande repose sur l'agriculture qui occupait 65 % de la population en 1987 et représente plus de 20% du produit national brut et la moitié des exportations."⁸

En ce qui concerne le secteur industriel, la Thaïlande est un pays riche en ressources naturelles, elle devient un des premiers exportateurs mondiaux de l'industrie de transformation des produits agricoles et des produits de mer, et aussi l'industrie du tourisme qui rapporte également de plus en plus de revenus nationaux.

⁸ Marc Villette, *Thaïlande*, guide M.A. (Paris: M.A., 1987), p. 19.

1.1.1.4 Faits religieux

Pour faire mieux connaître la mentalité des Thaïs, les guides de voyage montrent l'importance du bouddhisme en tant que religion nationale qui est "présente dans la vie quotidienne des Thaïlandais."⁹ Les guides distinguent l'esprit de tolérance et du sens de la mesure dans la doctrine du bouddhisme théravâda. De plus, ils soulignent trois points. Premièrement, l'influence bouddhique sur toutes les formes d'expression artistique: architecture, sculpture, peinture, littérature et sur la vie quotidienne des Thaïs. Comme en décrit le guide *Gallimard*, "Le bouddhisme a toujours été la principale source d'inspiration de l'art thaï. Les statues du Bouddha sont innombrables et les temples sont minutieusement décorés de peintures et de bas-reliefs représentant des scènes de la vie du Bouddha."¹⁰ Deuxièmement, la vie monastique est marquée par l'ordination destinée aux jeunes gens. Le dernier fait religieux est la croyance en esprits concrétisée par la maison d'esprit *San Phra Phum* qui peut être constaté presque dans tous les habitants de Thaïlande.

1.1.1.5 Faits éducatifs

Les guides de voyage donnent peu d'informations sur le système éducatif. Le guide *Bleus Évasions* est le seul qui les décrit et les autres ne parlent que de l'enseignement thaï quelquefois fourni par le temple. Le *wat* ou le temple thaï est "le coeur d'un village et remplit de nombreuses fonctions en tant que lieu de culte, centre d'enseignement, lieu de

⁹ Collectif, *Thaïlande*, guide du routard (Paris: Hachette, 2001), p. 60.

¹⁰ Collectif, *Thaïlande*, guide Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 47.

rassemblement.”¹¹ La plupart des guides de voyage mettent l’accent sur le rôle social du temple qui est considéré comme un des lieux d’enseignement pour les enfants thaïs.

1.1.2 Connaissances géo-touristiques

En ce qui concerne les connaissances géo-touristiques, nous relevons quatre catégories d’informations présentées par les guides de voyage:

1.1.2.1 Localisation

Les guides présentent brièvement la localisation du pays, et une description courte de la physionomie de la Thaïlande. Comme le décrit le guide *Michelin*, “la Thaïlande est située au cœur du Sud-Est asiatique. Elle est bordée au Nord par le Myanmar (Birmanie) et le Laos, à l’Est par le Kampuchéa (Cambodge), et au Sud par la Malaisie.”¹² Puis, la localisation des différentes régions est représentée par une carte touristique qui désigne en même temps la localisation des curiosités touristiques.

1.1.2.2 Climat

Pour visiter la Thaïlande, il est nécessaire de connaître le climat avant le départ et le climat de chaque région. Dans les premiers temps, le rédacteur-auteur informe d’abord les généralités sur le climat: le pays

¹¹ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 50.

¹² Ibid., p. 12.

d'un climat tropical humide, les trois saisons (l'été, la saison pluvieuse et la saison fraîche) et la température moyenne. Puis il conseille la période idéale du voyage afin de réussir une visite agréable et pour mieux préparer les vêtements. Et en derniers temps, pour circuler en Thaïlande, le rédacteur-auteur donne des renseignements centrés sur la période de mousson dans le Sud, "il peut pleuvoir un peu n'importe quand, alors qu'à Koh Samui la mousson a lieu entre octobre et décembre."¹³

1.1.2.3 Flore et faune

Le rédacteur-auteur nous donne peu d'informations, tout en soulignant cependant sur la prospérité naturelle: des paysages, des rizières, des monts, de la jungle, des plages, des îles qui inspirent le lecteur à visiter. Le guide *Gallimard* décrit que les milieux naturels de la Thaïlande sont de "véritables sanctuaires où l'on peut apprécier l'exceptionnelle richesse de la faune et de la flore thaïlandaises."¹⁴ De plus, le rédacteur-auteur ajoute ses attitudes sur l'écologie de la Thaïlande: les éléphants en danger, la pollution et la déforestation.

1.1.2.4 Sites touristiques

Le rédacteur-auteur propose la découverte du pays qui se fait par région d'une part: la capitale et ses environs, la côte Est, la Plaine centrale, la région Nord, l'I-San (Nord-Est) et la Thaïlande du sud. D'une autre part, la description des villes et des principales curiosités est répertoriée dans l'ordre alphabétique pour la facilité de la lecture.

¹³ Collectif, *Thaïlande*, guide du routard (Paris: Hachette, 2001), p. 62.

¹⁴ Collectif, *Thaïlande*, guide Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 16.

Remarquons que les sites touristiques proposés sont choisis en fonction de leur réputation, comme par exemple, Pattaya, Samui, Phuket, Baie de Phang Nga, Ayutthaya, Sukhothai, Chiangmai, Chiangrai, etc.

1.1.3 Informations pratiques

Ce type d'informations a pour but d'aider les voyageurs à préparer leur voyage et d'organiser leur séjour en Thaïlande. Les renseignements occupent une place considérable dans le guide. Ils sont divisés en deux parties:

1.1.3.1 Conseils avant le départ

D'abord, les guides de voyage donnent des conseils pour les préparations du départ tels que les formalités d'obtention des visas, les compagnies aériennes internationales et les précautions sanitaires, etc.

1.1.3.2 Conseils sur place

Les renseignements donnés consistent à donner tous les renseignements nécessaires pour mieux profiter des lieux visités et pour réussir son séjour. Les voyageurs sont invités à déguster les différents plats du pays, à découvrir les sports régionaux. Ils sont également formés au sujet de l'hébergement et des modes de transport.

Nous pouvons récapituler les catégories des informations à travers la table des matières de chaque ouvrage, classées en trois parties.

Le guide <i>M.A</i>		
Connaissances géo-touristiques	Connaissances socio-culturelles	Renseignements pratiques
-Géographie, p. 9 -Bangkok, p. 135 -La région de la rivière Kwai, p. 179 -La côte Est du golfe du Siam, p. 189 -La plaine centrale et le nord, p. 201 -Le Nord-Est, p. 225 -Le Sud de la Thaïlande, p. 239	-L'économie, p. 19 -L'histoire, p. 23 -Les hommes, p. 61 -Les religions, p. 69 -Les arts, p. 83	p.p. 107-132

Le guide <i>Gallimard</i>		
Connaissances géo-touristiques	Connaissances socio-culturelles	Renseignements pratiques
-Bangkok, p. 137 -Le Sud, p. 193 -Le Nord-Est, p. 227 -Les plaines centrales, p. 241 -Le Nord, p. 259	-Histoire, p. 31 -Arts et traditions, p. 43 -Architecture, p. 83	p.p. 305-329

Le guide <i>Blues Évasion</i>		
Connaissances géo-touristiques	Connaissances socio-culturelles	Renseignements pratiques
-La capitale, p. 100 -La côte Est, p. 152 -La plaine centrale, p. 158 -La région Nord, p. 171 -L'I-San (Nord-Est), p. 205 -La Thaïlande du sud, p. 226	-Héritage, p. 62 -Aujourd'hui, p. 74 -Bouddhisme, p. 87	-Bangkok et ses environs pratique, p.p. 143-151 -La côte Est pratique, p.p. 156-157 -La plaine centrale pratique, p. 170 -La région Nord pratique, p.p. 200-204 -Le Nord-Est pratique, p.p. 224-225 -La Thaïlande du sud pratique, p.p. 249-257

Le guide <i>Michelin</i>		
Connaissances géo-touristiques	Connaissances socio-culturelles	Renseignements pratiques
<ul style="list-style-type: none"> -Physionomie du pays, p. 12 -Villes et curiosités, p. 65 	<ul style="list-style-type: none"> -Population, p. 21 -Histoire de la Thaïlande, p. 29 -Les Arts, p. 36 -La tradition bouddhiste thaïe, p. 45 -Langue et littérature, p. 52 -Culture et loisirs, p. 54 -Gastronomie, p. 59 	p.p. 277-293

Le guide <i>Routard</i>		
Connaissances géo-touristiques	Connaissances socio-culturelles	Renseignements pratiques
<ul style="list-style-type: none"> -Climat, p. 62 -Géographie, p. 72 -Bangkok et ses environs, p. 109 -La plaine centrale, p. 185 -Chiangmaï et sa région, p. 204 -Chiangraï et le triangle d'Or, p. 272 -Le Nord-Est, p. 300 -Le Sud, p. 347 	<ul style="list-style-type: none"> -Arts et architecture, p. 54 -Bouddhisme à la thaïe, p. 59 -Boîte thaïe, p. 60 -Les Chinois, p. 62 -Coutumes et savoir-vivre, p. 64 -Économie, p. 70 -Cuisine, p. 65 -Ethnies, p. 72 -Histoire, p. 73 -Rites, superstitions et croyances, p. 90 -Sculpture, p. 93 -Temple, p. 99 	(renseignements pratiques, insérés dans chaque lieu proposé)

Selon les schémas ci-dessus, les trois catégories du contenu thématique renvoient aux connaissances touristiques qui constituent le caractère prévisible des guides de voyage sur "la Thaïlande". La manière de fournir des connaissances renvoyées à la mise en texte des

informations données. Ces informations nous permettent d'étudier l'organisation séquentielle, relative aux types de texte touristique.

1.2 Types de texte touristique

Cette analyse s'appuie une partie sur la théorie de la linguistique textuelle élaborée par Jean-Michel Adam et d'autre partie sur la théorie du texte informatif de Bernard Combettes et Roberte Tomassone. Dans son ouvrage *Éléments de linguistique textuelle*, Jean-Michel Adam fait la distinction entre le discours et le texte en proposant la "formule célèbre"¹⁵ comme la suivante:

Discours = Texte + Condition de production

Texte = Discours – Conditions de production

Selon Jean-Michel Adam, le discours est "un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles, mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institutions, lieu, temps) ; ce doit rendre bien compte le concept de conduite langagière comme mise en œuvre d'un type de discours dans une situation donnée. Le texte, en revanche, est un objet abstrait résultant de la soustraction du contexte opérée sur l'objet concret (discours)."¹⁶ C'est-à-dire que le texte doit être saisi isolément, hors contexte. Il est élaboré selon la théorie sémiologique dont la structure hiérarchique "comporte un nombre n séquences complètes ou elliptique(s)."¹⁷ Selon cette distinction, le texte

¹⁵ Jean-Michel Adam, *Éléments de linguistique textuelle* (Liège: Mardaga, 1990), p. 23.

¹⁶ Ibid., p. 23.

¹⁷ Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 28.

est considéré comme le noyau dur du discours qui attache à une approche linguistique textuelle.

Cette considération théorique nous amène à réfléchir sur l'organisation textuelle du discours des guides de voyage en lien avec le genre du discours que constitue le guide de voyage.

Confronté à des corpus plus complexes, nous trouvons que la structure textuelle de guide de voyage se compose de plusieurs types de séquences différents. D'après Jean-Michel Adam, il se distingue cinq types de texte : narratif, descriptif, argumentatif, explicatif et dialogal.

Pour limiter la frontière du texte par des marques de commencement et de fin, Jean-Michel Adam propose "la structure hiérarchique élémentaire"¹⁸ comme la suivante:

[# T # [Séquence(s) [macro-propositions [proposition(s)]]]]

Ce qui va dire qu'un texte est "constitué de séquences elles-mêmes constituées de macro-propositions elles-mêmes constituées de n. (micro) propositions, autrement dit: les (micro-) propositions sont les composantes d'une unité supérieure, la macro-proposition, elle-même unité constituante de la séquence, elle-même unité constituante du texte."¹⁹ Pour introduire une manière d'analyse de la structure de la séquentialité textuelle, Jean-Michel Adam retient les séquences prototypiques suivantes: "narrative, descriptive, argumentative,

¹⁸ Jean-Michel Adam, *Éléments de linguistique textuelle* (Liège: Mardaga, 1990), p. 85.

¹⁹ *Ibid.*, p. 85.

explicative et dialogale”²⁰ Il s’agit des structures séquentielles de base dont se compose le texte. Dans tous les cas, pour distinguer chaque type de texte, Jean-Michel Adam propose d’observer la séquence dominante et la séquence dominée lorsque le texte a une structure séquentielle hétérogène.

Par ces notions nous pouvons considérer que les guides de voyage sont constitués de plusieurs séquences différentes telles que la séquence descriptive, la séquence narrative et la séquence argumentative. Pour distinguer chaque type de texte nous proposons d’étudier le type de texte séparément par rapport à ses intentions communicatives. L’intention de communication dépend du locuteur (rédacteur-auteur du guide de voyage) qui transmet les messages à son interlocuteur (lecteur du guide de voyage).

Dans la majorité des situations de communication, les guides de voyage sont textuellement polytypologiques. Nous trouvons que le rédacteur-auteur veut faire connaître une certaine réalité, faire comprendre certains points et même argumenter. Donc, il n’est pas possible d’éviter le mélange des types divers de texte pour atteindre son but. Chaque rédacteur-auteur des guides de voyage essaie de transmettre son message par plusieurs types de texte.

Il est fréquent qu’un texte se distingue par des passages informatifs destinés à étayer la démarche persuasive. Dans cette perspective, chaque séquence textuelle des guides contient certains indices qui peuvent se rattacher au texte descriptif, au texte injonctif et au

²⁰ Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 30.

texte argumentatif en ayant le type de base informative. En fait, nous allons étudier la construction du type informatif afin de voir son fonctionnement. Ceci est d'ailleurs souligné par Bernard Combettes et Roberte Tomassone qui ont écrit que "tout texte est, à certain degré, informatif et il peut servir de support à un texte argumentatif, à un texte explicatif et à un texte descriptif, c'est bien l'intention de communication qui implique tel ou tel type de texte et non l'objet extra-linguistique."²¹

1.2.1 Type informatif

Le guide de voyage, par sa nature, est avant tout marqué par son aspect informatif. Sa première intention est d'apporter un savoir sur la Thaïlande, qui est l'objet de son discours comme Jean Baffie l'a dit: "Les guides de Thaïlande disent tout ou du moins toutes les informations utiles à votre séjour en Thaïlande."²² À l'instar de Jean Baffie, nous trouvons aussi que le guide de voyage est considéré comme un texte écrit qui se compose des divers renseignements, c'est le rédacteur-auteur qui transmet des données, certes organisées, hiérarchisées, afin que le lecteur puisse connaître et comprendre une certaine réalité sur la Thaïlande. Son intention est d'apporter un savoir, plus précisément de fournir au lecteur des renseignements sur la Thaïlande.

Le texte touristique donne essentiellement des connaissances de la réalité, il ne s'agit pas, en principe, d'influencer le lecteur, de le conduire à telle ou telle conclusion, ni de justifier un problème qui serait posé.

²¹ Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck-Wesmael, 1988), p. 6.

²² Jean Baffie, "Voyage à travers les guides de voyage de langue française sur la Thaïlande", *Inter-Monde*, no. 1 (décembre 1988): 115.

Pour illustrer notre propos, nous parlerons d'abord de la macro-structure thématique:

-Macro-structure thématique

Le rédacteur-auteur pose d'abord le thème au départ, remarqué par le choix du nom propre de la Thaïlande. Nous le considérons comme le sujet principal que le rédacteur-auteur a l'intention de communiquer avec son lecteur. Ce nom propre nous permet de réfléchir sur la mise en texte des guides de voyage sur la progression des informations à travers des connaissances diverses sur la Thaïlande.

Pour illustrer cette considération, nous proposons d'abord cinq schémas relativement clairs, qui correspondent à la distribution des connaissances de chaque guide de voyage, focalisés sur le nom propre "Thaïlande."

Schéma I

Le guide *M.A.*, 1987 (279 pages)

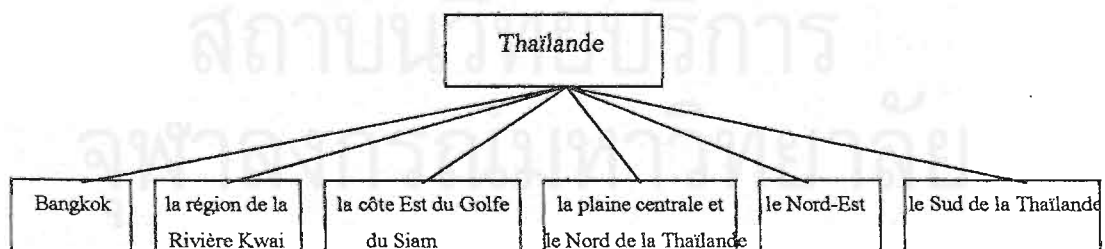


Schéma II

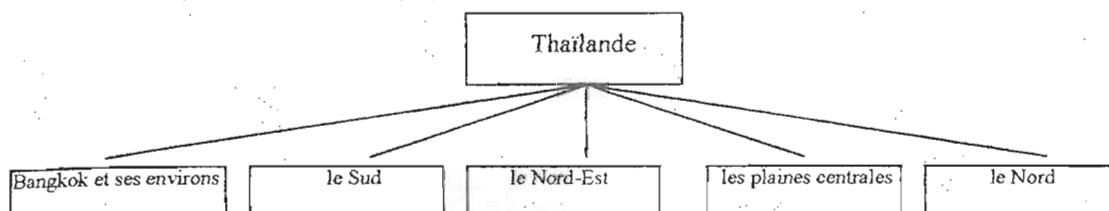
Le guide *Gallimard*, 1993 (376 pages)

Schéma III

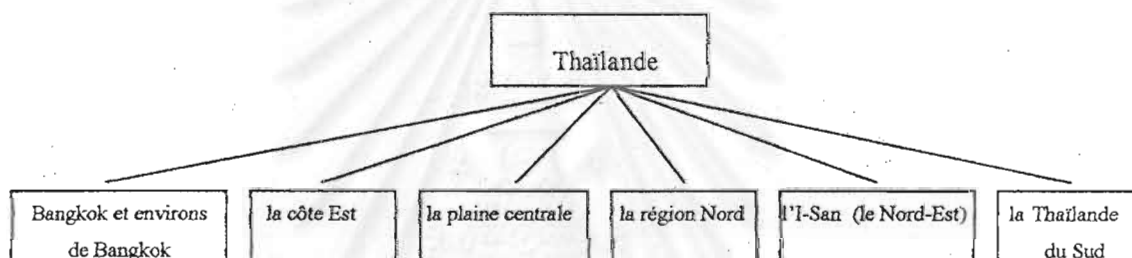
Le guide *Bleus Évasion*, 1997 (271 pages)

Schéma IV

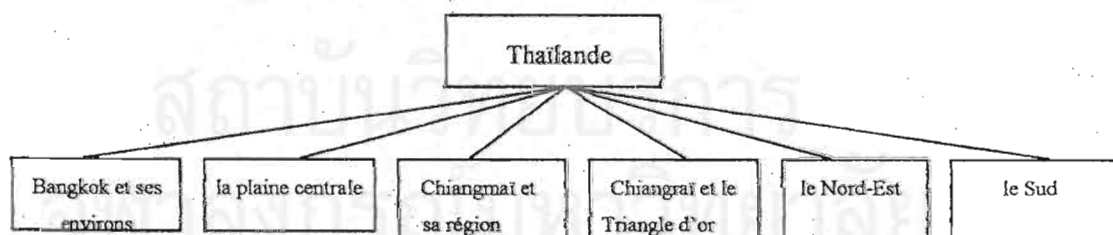
Le guide *Routard*, 2001 (463 pages)

Schéma V

Le guide *Michelin*, 1999 (312 pages)

Thaïlande
<p>88 sites touristiques (villes et curiosités): l'organisation thématique est classée selon l'ordre alphabétique.</p> <p>Ang Thong, Ayutthaya, Ban Chiang, Bangkok et environs de Bangkok, Bang Pa-In, Buriram, Chainat, Chaiya, Chaiyaphum, Chanthaburi, Chiang Khan, Chiangmaï, Chiangrai, Chiang Saen, Chonburi, Chumphon, Damnoen Saduak, Wat Phra That Doi Duthep, Hat-Yai, Hua Hin, Kalasin, Kamphaeng Phet, Kanchanaburi, Parc national de Khao Yai, Khon Kaen, Krabi, Lampang, Lamphun, Loei, Lopburi, Mae Hong Son, Mae Sot, Mahasarakam, Mudahan, Nakorn Pathom, Phra Pathom Chedi, Nakorn Phanom, Nakhon Ratchasima (Khorat), Nakhon Sawan, Nakhon Si Thammarat, Nan, Narathiwat, Nong Khai, Pattani, Pattaya, Ao Phangna, Prasat Hin Phanom Rung, Phatthalung, Phrayao, Phetchabun, Phetchaburi, Phichit, Prasat Hin Phimai, Mu Ko Phi Phi, Phisanulok, Phrae, Phuket, Parc national de Phu Kradung, Prachinburi, Prachup Khiri Khan, Ranong, Ratchaburi, Rayong, Roi Et, Sakhon Nakhon, Ko Samet, Ko Samui, Samut Sakhon, Samut Songkhram, Saraburi, Sing Buri, Si Saket, Si Sat Chanalai, Songkhla, Sukhothai, Suphanburi, Surat Thani, Surin, Tak, Muko Tarutao, Trang, Trat, Ubon Ratchathani, Udon Thani, U-Thong, Uttaradit, Yasothon</p>

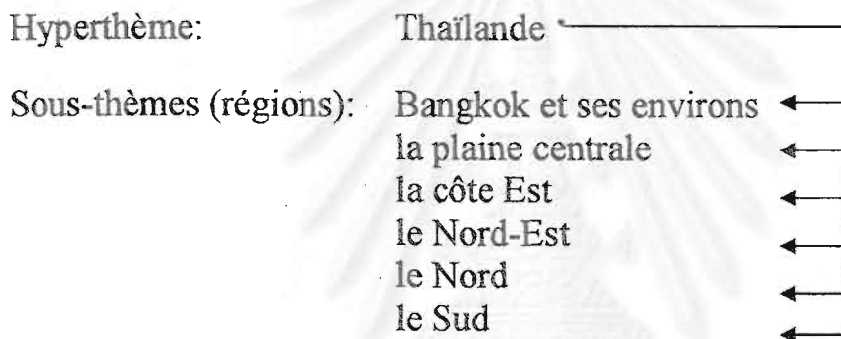
D'après les schémas plus hauts, nous trouvons qu'au niveau global, le texte informatif de tous les guides de voyage est tantôt classé en six parties, comme dans le guide *M.A.*, dans le guide *Gallimard* et dans le guide *Bleus Évasion*, tantôt selon l'ordre alphabétique comme dans le guide *Michelin*. Cela dépend de l'intention de communication du rédacteur-auteur qui veut transmettre les informations sur la Thaïlande. Pourtant, nous trouvons que l'enchaînement possible du texte s'établit entre les six parties (Bangkok et ses environs, la côte Est, la plaine centrale, le Nord-Est, le Nord et le Sud) avec le nom propre initial "Thaïlande" qui domine l'ensemble de tout le texte. Dans cette optique, nous observons que la manière de donner des informations est liée à la "progression à thèmes dérivés"²³ qui se présente par un terme dominant "Thaïlande", jouant le rôle majeur de l'ensemble d'un texte, avec des

²³ Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Beck-Wesmael, 1988), p. 97.

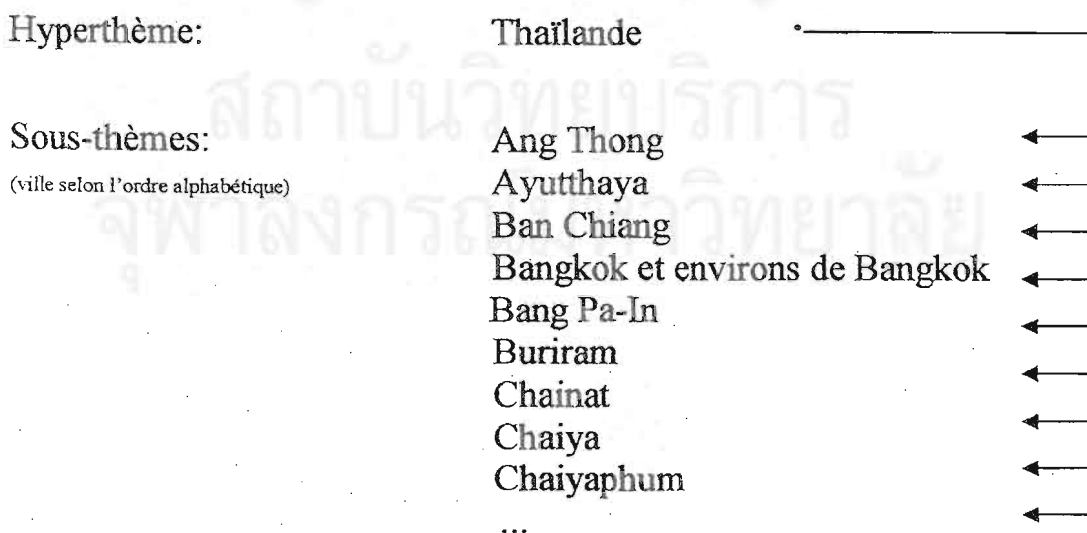
termes concurrents tels que “Bangkok et ses environs”, “la plaine centrale”, “la côte Est”, “le Nord-Est”, “le Nord” et “le Sud” jouant le rôle mineur. C’est-à-dire que les séquences successives comportent des thèmes différents, sous-thèmes d’un hyperthème, qui s’expriment explicitement.

Donc, nous pouvons remarquer deux propos schématisés suivant les informations données:

Le premier schéma:



Le second schéma:



Selon les schémas plus hauts, nous voyons que l'information transmise au lecteur est tout d'abord mise en valeur par la présentation globale du pays. Mais à l'intérieur du texte, la progression textuelle peut se succéder d'une partie à l'autre par l'opération thématique. Il s'agit en effet de la dynamique communicative du texte qui est dans la progression des informations. Le nom propre "Thaïlande" est considéré comme "l'hyperthème"²⁴. Les noms de six régions ainsi que ceux des villes classées selon l'ordre alphabétique sont appelés "sous-thèmes"²⁵ d'un hyperthème qui sont exprimés ici explicitement dans la progression textuelle. À la suite de Bernard Combettes et de Roberte Tomassone, nous disons que ce type de d'enchaînements, "le thème dérivé",²⁶ se caractérise par des thèmes différents dans le même texte.

-Micro-structure thématique

Au niveau de la micro-structure thématique, nous considérons la progression des informations par rapport à l'utilisation d'un nom propre ou d'un groupe nominal que le rédacteur-auteur pose dans son texte la première fois. Nous l'appelons "le thème, le connu ou le support de l'information"²⁷ que le rédacteur-auteur a besoin de transmettre. Ensuite, le rédacteur-auteur apporte une information nouvelle que nous appelons

²⁴ L'hyperthème est justifié comme le thème principal qui maintient le tout au long et repris par des substituts divers, qui reçoivent, avec les éléments rhématiques, des prédicats nouveau. (Bernard Combettes et Roberte Tomassone 1988: 96-97)

²⁵ Le sous-thème est justifié comme le thème secondaire qui correspond à une partie de l'hyperthème. (Bernard Combettes et Roberte Tomassone 1988: 97)

²⁶ La progression à "thèmes dérivés" paraît plus complexe que le thème constant et peut se présenter sous diverses formes: pratiquement, les phrases successives comportent des thèmes différents, le sous-thèmes d'un hyperthème, qui peut être ou ne pas être explicitement exprimé. (Bernard Combettes et Roberte Tomassone 1988: 97)

²⁷ Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette, 1990), p. 46.

“le rhème ou, tout simplement, le nouveau ou l’apport.”²⁸ Le lien de ces deux composants peut apporter d’autres informations dépendant les faits de reprise des mots antécédents tels que l’usage des pronoms substitués, la substitution lexicale (des périphrases descriptifs), la nominalisation. Ces moyens insistent sur des enchaînements de phrase entre elles en évoquant la progression thématique d’un texte. À la suite de Bernard Combettes et Roberte Tomassone, il y a trois types d’enchaînement dans le texte: “la progression à thème linéaire, la progression à thème constant et la progression à thèmes dérivés”.²⁹ Dans cette optique, nous pouvons adapter cette notion à notre étude, en constatant qu’il existe deux moyens de donner des informations classées en deux niveaux comme les suivants:

1.2.1.1 Introduction des informations nouvelles par des thèmes constants

Dans le guide de voyage, le rédacteur-auteur donne des informations nouvelles pour faire connaître la Thaïlande, en faisant recours à des faits linguistiques précis tels que le choix des lexiques et le procédé de la progression thématique que nous avons mentionné. Cela nous a permis de caractériser le texte comme un texte informatif. Pourtant, le procédé d’introduire des informations nouvelles dans le texte doit être par rapport au glissement du discours. W.L. Chafe a défini le couple “nouveau/connu” en prenant en compte l’instant de la réception. Pour lui, en effet, l’information “donnée” représente “la connaissance que l’émetteur suppose être dans la conscience du récepteur au moment

²⁸ Ibid., p. 46.

²⁹ Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck-Wesmael, 1988), p.p. 94-96.

de l'audition (ou de la lecture) de l'énoncé; sera au contraire "nouveau" l'élément que l'émetteur suppose introduire, par son énonciation même, dans la conscience du récepteur."³⁰ D'après lui, nous trouvons que les informations nouvelles sont les informations introduites dans le texte pour la première fois et que le lecteur ne connaît pas encore. Donc, c'est le rédacteur-auteur qui choisit les divers procédés pour la constitution du texte informatif. Sur ce point, nous prenons la citation de Jean-Michel Adam sur la cohésion et la progression accentuant l'enchaînement des énoncés à l'intérieur d'un paragraphe et on définit "un paragraphe comme une séquence de thèmes et le fait de chaque texte est pris dans une tension entre sa cohésion (dont la structure thématique est une des traces) et sa progression (les rhèmes successifs apportant une information pertinente, sinon vraiment toujours "nouvelle")."³¹

Pour illustrer des procédés de l'apport des informations nouvelles concernant des thèmes dominants d'un paragraphe. Nous voulons montrer la façon de donner des informations nouvelles comme la suivante:

Les Karen

Ils sont assez nombreux en Thaïlande, 75 000 environ. Mais ils sont bien plus en Birmanie (2 millions), et leur État de la Fédération birmane réclame l'indépendance. Leur Organisation de Défense (Armée karen) contrôle un vaste territoire. Ils viennent sans doute du Tibet et du Yunnan.

³⁰ Cité par Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck-Wesmael, 1988), p. 13.

³¹ Jean-Michel Adam, *Langue et littérature, analyses pragmatiques et textuelles* (Paris: Hachette, 1991), p. 125.

Les Karen de Thaïlande sont le long de la frontière et prêtent assistance au besoin à leurs cousins d'en face. Ils cultivent essentiellement le riz sur brûlis et vivent en dessous de 1 000 m d'altitude.

(Le guide *M.A.*, p. 66)

Selon l'exemple plus haut, le sous-titre "Les Karens" (dont le titre est "les peuples des montagnes") en caractère gras constitue le thème principal de la première phrase. Ce thème est considéré comme un support de l'information que le rédacteur-auteur a besoin de transmettre. Puis, le sous-titre est substitué par le pronom "ils" dans la première phrase. Ce pronom substitut "ils" est justifié comme l'élément connu ou donné auquel sera apportée une "information nouvelle" dans le fil du paragraphe. En fait, nous voyons que le sous titre "les Karen" maintient l'ensemble du paragraphe. Pour illustrer la progression thématique, réfléchissons à la liste récapitulative suivante:

Le sous-titre:	→	Les Karen
Phrase 1: Thème 1	→	Ils
Phrase 2: Thème 2	→	leur État de la Fédération birmane
Phrase 3: Thème 3	→	Leur Organisation de Défense
Phrase 4: Thème 4	→	Ils
Phrase 5: Thème 5	→	Les Karen de Thaïlande
Phrase 6: Thème 6	→	Ils

Selon la liste récapitulative plus haute, les phrases successives comportent toujours le même thème, alors que les rhèmes sont différents. C'est un type de progression que nous appelons la "progression à thème".

constant”. Il s’agit du thème posé au départ (hyperthème) qui est maintenu tout au long, repris par des substituts divers, qui reçoivent les rhèmes nouveaux (des prédicats nouveaux) donc considérés comme des informations nouvelles.

Une monarchie unique. Le roi actuel, Bhumibol Adulyadej, couronné en 1950, demeure l’un des principaux acteurs de la vie politique thaïlandaise. Par-delà des limites constitutionnelles identiques à celles de la couronne d’Angleterre, sans véritable pouvoir politique, le roi jouit toutefois d’une incontestable autorité morale.

(Le guide *Gallimard*, p.p. 41-42)

Nous avons vu que la présentation typographique renvoie à la structure thématique du texte. Le groupe nominal “Une monarchie unique” est le sous-titre du titre “histoire” qui peut faciliter la découverte d’un hyperthème du paragraphe “Le roi actuel”. Ce groupe nominal introduit d’autres informations successives du paragraphe. Nous pouvons voir que la répétition du nom commun “le roi” dans la deuxième phrase assure le procédé le plus clair. La signification de ces deux groupes nominaux “le roi actuel” et “le roi” sont en parallèle. En outre, la progression de ce paragraphe est conduite par le groupe nominal “le roi actuel” qui contrôle l’ensemble du paragraphe par une reprise d’un nom commun “le roi” dans la dernière phrase.

Voyons la liste récapitulative ci-dessous:

Le sous-titre: → **Une monarchie unique**

Phrase 1: Thème 1 → Le roi actuel

Phrase 2: Thème 2 → le roi

Ce schéma nous indique le type de la progression à thème constant porté sur le même thème qui est repris tout au long du paragraphe et il permet d'apporter une série d'informations nouvelles sur le thème posé au départ.

Cérémonie du Labour royal à Bangkok. D'origine brahmanique ce rituel très ancien se déroule à Sanam Louang, la grande place de Bangkok, en présence du roi qui trace symboliquement un premier sillon annonçant l'époque des labours dans les rizières. Des astrologues sont consultés pour faire des prédictions sur la prochaine récolte.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 39)

Également dans cet exemple, nous pouvons voir que la présentation typographique en caractères gras s'attache à la structure thématique du texte. Le groupe nominal "Cérémonie du Labour royal à Bangkok" en caractères gras est le sous-titre d'un passage qui permet de découvrir un hyperthème "Le rituel du Labour royal à Bangkok". Ce groupe nominal introduit des phrases successives en un paragraphe. Nous pouvons voir que la progression de ce paragraphe est faite par l'usage du sous-titre en caractères gras et l'emploi de l'adjectif démonstratif "ce" qui a la fonction anaphorique, non déictique, assure le

lien avec le contexte antérieur "Cérémonie du Labour royal". Ce "démonstratif est tout naturellement employé pour les substituts véhiculant une information nouvelle et supplémentaire."³² De plus, avec le jeu de reprise, nous voyons que le thème "Des astrologues" de la deuxième phrase ne peut pas construire le lien avec l'antécédent mais c'est le complément circonstanciel de temps "sur la prochaine récolte" qui se trouve placé en position de rhème en correspondant à une partie du thème initial. Ici, c'est le lien sémantique entre le lexique "sillon" et "récolte" qui renvoient au thème initial "ce rituel", le groupe dominant de tout le passage.

La **Thai Airways** a multiplié ses liaisons depuis quelques années et on peut se rendre, souvent plusieurs fois par jour, dans des villes moyennes de province, comme Mae Hong Son, Chiangraï, etc. Cette compagnie dispose d'un bureau à Paris qui communique toutes les fréquences et horaires des vols.

(Le guide *Routard*, p. 102)

Selon cet exemple, le procédé typographique "collait"³³ à la structure thématique du texte. L'emploi du caractère gras constitue le thème de la première phrase et il est considéré comme le support de l'information dont le rhème (prédicat) donne une information nouvelle apportée pour la première fois. Puis le thème principal du passage "**Thai Airways**" est repris par le substitut "cette compagnie" dans la deuxième

³² Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck, 1988), p. 55.

³³ Le mot utilisé par Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck, 1988), p. 102.

phrase. Ce thème reçoit un prédicat nouveau apportant des informations nouvelles.

1.2.1.2 Introduction des informations supplémentaires par des connaissances partagées

Le rédacteur-auteur donne au lecteur des informations supplémentaires en supposant que le lecteur en a déjà connu une partie. Sur ce point, nous considérons comme "connaissance partagée",³⁴ les informations supplémentaires du rédacteur-auteur du guide de voyage. Il s'agit de la compétence du lecteur qui prend conscience d'avoir le savoir partagé de certains termes donnés par le rédacteur-auteur au moment de la lecture. Le rédacteur-auteur du guide de voyage estime que les informations données sont connues de son lecteur. C'est-à-dire tous les deux ont des "connaissances identiques en commun."³⁵ Voici les exemples qui illustrent notre propos:

Ramkhamheng avait eu l'habileté de leur laisser leurs chefs qui lui prêtaient serment d'allégeance. Le roi rendait lui-même la justice, comme Saint Louis. La tradition veut qu'il y ait eu un *gong* devant son palais et que tout sujet qui faisait résonner l'instrument obtient une audience au cours de laquelle le roi écoutait les griefs et tranchait les litiges.

(Le guide *M.A.*, p. 33)

³⁴ Bernard Combettes et Roberte Tomassone, *Le texte informatif, aspects linguistiques* (Bruxelles: De Boeck, 1988), p. 15.

³⁵ Ibid., p. 16.

Le rédacteur-auteur utilise le nom propre “Saint Louis” pour affecter la réception du lecteur. Le terme “Saint Louis”³⁶ désigne le roi Saint Louis, roi de France, il est transmis pour mettre en relation deux faits réels, l’un est la qualité du roi Ramkhamheng et l’autre est celle du roi Saint Louis qui tous les deux s’intéressent à la justice.

“Nous avons été nous promener hors la ville. Je ne puis me lasser d’admirer une fort grande ville dans une île entourée d’une rivière trois fois grosse comme la Seine.”

Abbé de Choisy

(Le guide *Gallimard*, p. 100)

Le terme “la Seine” permet d’évoquer une connaissance partagée du lecteur. Le rédacteur-auteur cite la parole de l’Abbé de Choisy pour affirmer sa parole en montrant la comparaison de la rivière de la ville Ayutthaya à la Seine qui est un fleuve de France.

Grand comme la France. Entouré par le Myanmar, le Laos, le Cambodge et la Malaisie, l’ancien royaume du Siam, actuelle Thaïlande, fait 513 115 km², soit à peu près la superficie de la France.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 14)

Le rédacteur-auteur emploie le terme “la France” pour donner l’image de la grandeur de la Thaïlande à son lecteur. C’est-à-dire qu’il peut imaginer dans sa réception la grandeur de la Thaïlande par rapport à la grandeur de la France que le lecteur a déjà connue.

³⁶ Saint Louis désigne un roi de la France (1226-1270). Il est le fils de Louis VIII et sa mère Blanche de Castille. (Le Petit Robert 2000: 1251)

Les habitants de la Thaïlande sont au nombre de 59,4 millions (1994), un peu plus nombreux que les Français.

(Le guide *Michelin*, p. 21)

Également dans cet exemple, la présence du terme “les Français” évoque la liaison avec le groupe nominal “Les habitants de la Thaïlande”, permettant un rapprochement avec les renseignements du nombre des habitants français.

On vous indique plus loin les points forts de la visite. Ce sont des temples et surtout celui qui abrite la statuette qu'on vient voir, car le Grand Palais en lui même possède un intérêt mineur. Pour les Thaïlandais, c'est un peu l'équivalent de la statue Vierge à Lourdes.

(Le guide *Routard*, p. 134)

L'utilisation du terme “la statue Vierge à Lourdes”³⁷ est liée à la statuette (du Bouddha d'Émeraude). Ce terme fait appel à une connaissance préalable du lecteur. Il s'agit du renseignement connu par le lecteur. Ce jeu de mise en relation établit un rapport entre la statue du Bouddha d'Émeraude à Bangkok et celle de la Vierge à Lourdes. Le lecteur français peut comprendre la valeur de la statuette du Bouddha d'Émeraude, qui est très vénéré et le temple est donc très visité. Le rédacteur-auteur a recours à l'usage du terme connu par le lecteur.

³⁷ Cette statue demeure aux Lourdes, le chef-lieu de canton des Hautes-Pyrénées, sur le gave de Pau. 15 203 habitants. En 1858, une jeune fille du pays, Bernadette Souvirois, raconta avoir en plusieurs visions de la Vierge, à la grotte Massabielle. Depuis, de nombreux pèlerinages ont lieu chaque année sur le site de la grotte et de la source miraculeuse, à la basilique supérieure et à la basilique souterraine édifiées en 1876 et 1958. (Le Petit Robert 2000: 1256)

Selon les cinq exemples précédents, nous voyons que les termes "Saint Louis, la Seine, la France, les Français et la statue Vierge à Lourdes" expriment les connaissances partagées qui nous laissent en effet penser que le rédacteur-auteur et le lecteur ont en commun le savoir. C'est-à-dire que tous les deux comprennent bien les renseignements attribués par ces termes suscitant des connaissances préalables du lecteur. Or, le rédacteur-auteur suppose que l'utilisation de ces termes peut évoquer la compréhension du lecteur en ce qui concerne le sujet traité. Il emploie les "termes supposés connus"³⁸ pour éviter toute ambiguïté de l'information donnée. De plus, la manière de donner des informations supplémentaires nous fait croire que celui à qui le rédacteur-auteur s'adresse est le lecteur français, car les termes utilisés touchent notamment les connaissances françaises.

1.2.2 Type descriptif

Jean-Michel Adam explique que "la description a trois fonctions majeures: d'abord, une fonction de diffuser du savoir, puis une fonction de donner l'illusion de réalité et enfin, une fonction de donner l'illusion complète du vrai suivant la logique ordinaire des faits."³⁹

Il nous semble que la plupart des descriptions dans le guide de voyage ont le rôle important de représentation des lieux visités ou des

³⁸ C'est le terme de connaissance partagée (shared knowledge) dont les deux interlocuteurs, émetteur et récepteur, ont un ensemble, ou des sous-ensembles, de connaissances identiques, en commun. Il s'agit des termes connus des deux locuteurs. (Bernard Combettes et Roberte Tomassone 1988: 16)

³⁹ Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes*, (Paris: Nathan, 1992), p. 26.

attraits afin de transmettre des informations qui conduisent le lecteur à croire ce que le rédacteur-auteur a proposé.

Donc, pour permettre au rédacteur-auteur de se représenter l'objet décrit, il est indispensable pour le rédacteur-auteur de décrire les lieux touristiques au sens le plus positif en donnant des informations les plus précises afin d'attirer l'attention du lecteur.

1.2.2.1 Utilisation des qualificatifs à caractère appréciatif

Les qualificatifs à caractère appréciatif sont utilisés le plus abondamment dans les guides de voyage. Le descriptif se manifeste sous la forme de micro-proposition descriptive s'agissant d'insérer un adjectif qui qualifie un lieu ou un attrait pour introduire le lecteur à l'effet réel. Prenons les exemples suivants:

Phrasat Phanom Rung

Sur une colline, à droite de la route qui se dirige vers Ubon, à l'Est de Korat, les ruines d'un temple angkorien, dans un site magnifique. Escalier monumental, bas-reliefs, inscriptions et bassins. L'escalier est orné de *naga*.

(Le guide *M.A.*, p. 230)

Nous trouvons que les qualificatifs à caractère appréciatif, comme "magnifique", "monumental" qualifient le lieu touristique "Phrasat Phanom Rung", en exprimant la valeur descriptive des attraits du temple khmer. Ici, le type descriptif s'exprime sous la forme de micro-propositions par rapport à l'intérieur d'une phrase.

Koh Mae Koh (“l’île de la mère des îles”), célèbre pour son lac intérieur, possède une plage magnifique cernée d’imposantes falaises. Des excursions à la journée sont organisées depuis Koh Samui, mais on peut aussi louer un bateau individuel pour découvrir ces îles à son rythme.

(Le guide *Gallimard*, p. 206)

La description se caractérise par l’emploi des qualificatifs à caractère appréciatif “célèbre”, “magnifique”, et “imposantes” expriment les qualités des attraits d’une île “Mae Koh”.

Naihan. C’est la baie du luxueux Phuket Yacht Club, dont l’architecture en terrasse s’intègre bien au site. Elle est agréable, quoique la plage ne soit pas immense. Se baigner avec prudence pendant la mousson. La baie est fermée, au S, par le cap Promthep aux célèbres couchers de soleil.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 236)

Les qualificatifs à caractère appréciatif de cet exemple sont “luxueux”, “agréable”, et “célèbres”. Ils marquent le jugement de valeur du rédacteur-auteur qui distingue les qualités de la baie “Naihan”.

Ao Phang Nga

Le site exceptionnel de la baie de Phang Nga, instituée parc national (400 km²), fait partie des merveilles géologiques de l’Asie du Sud-Est. Une multitude de pitons calcaires extraordinairement façonnés par l’érosion, plus de 40 îlots, dominent les eaux étincelantes de la baie, frappant l’imagination du visiteur. Expérience inoubliable, la visite

de la baie fait découvrir des façades rocheuses à pic trouvées de grottes hérissées de stalactites, des monolithes déchiquetés, d'étranges formes animales, des arches creusées par la mer. La végétation prolifère et la faune abonde au coeur des marais de mangrove et sur les parois rocheuses.

(Le guide *Michelin*, p. 198)

Dans l'extrait au-dessus, nous trouvons qu'il y a une accumulation des qualifications élogieuses, le rédacteur-auteur emploie les qualificatifs à caractère appréciatif "exceptionnel", "étincelantes" et "inoubliable" qui présentent la description esthétique d'une baie "Phang Nga" comme un site idéalisé pour faire la visite. Le rédacteur-auteur décrit la beauté et la fertilité d'une baie "Phang Nga" et ses attraits. Il présente sa subjectivité dans ce paysage, il caractérise "Phang Nga" et ses attraits par l'emploi des qualificatifs à caractère appréciatif qui constituent une forme d'évaluation. Comme le souligne Jean-Michel Adam, "parmi les choses dignes d'éloge figurent aussi les lieux où se déroule une action. On peut les vanter pour leur beauté, leur fertilité, leur salubrité"⁴⁰

Surin

Ville célèbre pour son rassemblement annuel d'éléphants le 3^e week-end de novembre. Pas loin de 200 pachydermes participent cette fête exécutant ces parades, exercices de force, etc., sous le regard amusé de milliers de spectateurs. Le spectacle est aussi et surtout dans la rue. Les éléphants s'arrêtent aux feux rouges au milieu des cyclo-pousses et s'aspergent dans les embouteillages. Les 363 autres jours de

⁴⁰ Jean-Michel Adam et André Petitjean, *Le texte descriptif* (Paris: Nathan, 1989), p.p. 14-15.

l'année, Surin reste une excellente base de départ pour aller visiter les fabuleuses ruines khmères que compte la région.

(Le guide *Routard*, p. 337)

Nous avons trois qualificatifs qui sont employés comme épithètes: "ville célèbre", "une excellente base de départ" et "les fabuleuses ruines khmères". Le rédacteur-auteur nous montre son appréciation subjective à travers l'emploi des qualificatifs qui n'a pas seulement la valeur descriptive, mais aussi argumentative par leur aspect évaluatif.

D'après les cinq extraits plus hauts, nous trouvons que tous les guides de voyage emploient des qualificatifs à caractère appréciatif pour décrire des attraits touristiques destinés à montrer de bonnes qualités d'objets décrits tels que les termes axiologiques donnés dans le texte. C'est une description que Jean-Michel Adam et André Petitjean ont nommée "expressive".⁴¹

1.2.2.2 Utilisation des superlatifs

Nous constatons aussi que le rédacteur-auteur emploie le superlatif dans le texte des guides de voyage afin de donner la valeur suprême à une chose ou à un lieu touristique.

⁴¹ *Expressive*, la description l'est d'abord parce qu'elle se présente comme le dépositaire d'un point de vue, qu'il soit celui de l'auteur ou celui du personnage, qui surdétermine la description. Ce qui se manifeste textuellement par la présence d'isotopies euphoriques ou dysphoriques, selon "l'état d'âme" du descripteur et par une condensation de marqueurs de subjectivité (verbes propositionnels, modalisateurs, axiologiques). (Jean-Michel Adam et André Petitjean 1989: 18)

Observons les exemples suivants:

Wat Chiang Man. C'est le plus ancien des temples de Chiangmaï. Sa fondation remonte à la fin du XIII^e siècle. Architecture élégante. Il abrite deux images extrêmement anciennes du Bouddha, le Phra Saetangkamani, une statuette du VII^e siècle en pierre précieuse et le Phra Sila, un bas-relief indien du VIII^e siècle.

(Le guide *M.A.*, p. 220)

Il arrive quand même que le rédacteur-auteur du guide de voyage emploie des adjectifs au superlatif pour valoriser des attraits en décrivant. Ici, l'expression "C'est le plus ancien des temples de Chiangmaï." exprime l'évaluation d'un objet décrit "Wat Chiang Man" qui découvre tout le long d'une séquence.

Wat Phra That Phanom. C'est le plus connu des temples bouddhiques du Nord-Est. Dominant le Mékong, son *chedi*, haut de 52 m, serait l'un des plus anciens de Thaïlande.

(Le guide *Gallimard*, p. 237)

Cette séquence présente également l'utilisation des adjectifs au superlatif. Le rédacteur-auteur donne la valeur au temple "Phra That Phanom" par une comparaison au niveau maximum dans un ensemble, porté sur la qualité unique. De plus, le rédacteur-auteur augmente la valeur du temple par la description de son *chedi*. Cet emploi du superlatif signifie que le *chedi* dont il parle n'est pas le seul à être qualifié au degré

d'intensité maximum. Mais ce serait un parmi d'autres qui sont les plus anciens de Thaïlande. Remarquons que l'emploi du conditionnel présent dans la deuxième phrase exprime l'information incertaine. Il indique un fait dont la vérité n'est pas garantie. Cet emploi précise le "dégagement de responsabilité du locuteur."⁴²

Wat Chiang Man. *Rajpakinaï* Rd B2. Attribué à Mangraï, le fondateur de Chaingmaï, c'est le plus ancien temple de la ville. C'est aussi l'un des plus charmants avec ses pavillons ornés de statues en bois et son *chédi* cerné par 15 éléphants sculptés.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 173)

La description est centrée sur le temple "Chiang Man", l'objet décrit. Le superlatif précise la qualité supérieure et unique du temple, c'est un seul temple de la ville. Mais le second usage du superlatif relatif donne une autre idée opposée d'une première de comparaison. C'est-à-dire que l'usage du superlatif au degré supérieur exprime le temple "Chiang Man" ayant les pavillons et le *chédi* comme d'autres plusieurs temples dont les pavillons et le *chédi* sont les plus charmants.

Hat Patong possède la plage la plus longue et la plus belle, ainsi que l'équipement idéal pour les amateurs de sports nautiques. La station est réputée pour son ambiance animée, boutiques, restaurants, bars et night-clubs. On est bien loin maintenant de la plage tranquille et du paysage vierge qui

⁴² Martin Riegel, Jean-Christophe Pellat et René Rioul, *Grammaire méthodique du français* (Paris: Presses Universitaires de France, 1994), p. 320.

avaient séduit les premiers visiteurs et fait la réputation de Phuket.

(Le guide *Michelin*, p. 225)

La description se distingue par l'utilisation du superlatif comme les trois exemples précédents. L'idée d'évaluation accentue la plage "Patong" dont le superlatif marque la supériorité avec la longueur et la beauté de la plage.

Wat Phra Sing: au bout de Ratchadamnoen, au coin de Singharat Road. Ouvert tous les jours de 8 h à 17 h. Fondé au XIV^e siècle, c'est le plus important et le plus intéressant de la ville.

(Le guide *Routard*, p. 224)

Dans cet exemple, l'emploi du superlatif exprime le degré le plus élevé du temple "Phra Sing". La qualité unique du temple se caractérise par les deux adjectifs au superlatif. C'est un temple de la ville "Chiangmai" dont la qualité est unique et il est digne à visiter.

Les cinq exemples nous montrent la description d'un attrait sous la forme de comparaison au degré d'intensité maximale. Le rédacteur-auteur utilise le superlatif pour valoriser les objets décrits, axés sur les attraits proposés.

D'après les exemples plus hauts, nous avons deux formes de superlatif:

-Le superlatif comporte un article qui spécifie la qualité unique d'un objet décrit, reprenons ces exemples que nous relevons dans les cinq exemples précédents:

eg. Hat Patong possède la plage la plus longue et la plus belle, ...

eg. (...), c'est le plus important et le plus intéressant de la ville.

eg. (...), c'est le plus ancien temple de la ville.

eg. C'est le plus connu des temples bouddhiques du Nord-Est.

eg. C'est le plus ancien des temples de Chiangmaï.

-Il existe aussi le superlatif relatif. Il signifie que l'attrait dont on parle n'est pas le seul à être qualifié au degré d'intensité maximale, reprenons les exemples suivants:

eg. C'est aussi l'un des plus charmants...

eg. (...), son *chédi*, haut de 52 m, serait l'un des plus anciens de Thaïlande.

Ainsi, nous pouvons remarquer que c'est l'article "le ou la" avec l'adverbe de comparaison "plus", antéposant l'adjectif, qui détermine le degré superlatif au degré supérieur et cette forme renforce l'idée de qualité unique d'un objet décrit. Contrairement à la première forme, si le "nom est muni d'un article cataphorique ("un"), au lieu de l'article anaphorique (le, la, les), le degré superlatif de l'adjectif déterminant reste certes possible, mais la signification en est affaiblie, puisque l'article cataphorique renvoie précisément à une post-information et que le superlatif ne peut par conséquent être le dernier mot du renforcement. La liaison entre l'article cataphorique du nom et l'article anaphorique (les)

du degré superlatif est établie par la préposition *de*".⁴³ Il s'agit de la forme "l'un ou l'une + des + plus + adjectif + de" marquant la supériorité de l'objet comparé. Cette forme est opposée de la forme "le ou la + plus + adjectif + de" précisant la supériorité unique.

1.2.2.3 Utilisation des locutions prépositionnelles spatiales

Il s'agit de l'emploi des prépositions ou locutions spatiales décrivant le lieu en visant à faire le piétinement dans la structure descriptive. Selon la notion de Jean-Michel Adam et André Petitjean, "pour dissoudre l'excroissance parasitaire en obligeant la description, on emploie le procédé de "camouflage de la description". Il s'agit d'éviter le piétinement descriptif par la disposition des éléments de l'objet décrit dans un plan de texte chronologique ou spatial et à l'aide d'organiseurs"⁴⁴, par exemple, derrière, en face, à gauche, etc.

Nous trouvons que l'emploi des locutions prépositionnelles spatiales est indispensable pour indiquer la direction ou le chemin d'un lieu touristique et pour guider le touriste. Donc, il nous faut observer la prise en charge de ce procédé dans le texte descriptif.

Le Palais royal. (...)

Passée la première porte, on aperçoit à gauche celle qui mène au Wat Phra Kéo et à droite des bâtiments qui servent actuellement au ministère de Finances. Au fond se trouve le deuxième portail, qui permet d'accéder au Palais royal. Les

⁴³ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier, 1989), p. 348.

⁴⁴ Jean-Michel Adam et André Petitjean, *Le texte descriptif* (Paris: Nathan, 1989), p. 40.

deux portes sont miraculeuses: frappées sept fois par la foudre au moment où l'on amenait à Rama I^{er} un sabre découvert par un pêcheur dans la province de Siem Reap, maintenant au Cambodge, mais à l'époque, une province siamoise, elles ne furent pas le moins du monde endommagées par le feu du ciel.

Passée la deuxième enceinte, on verra la salle d'audience (Dusit Maha Prasat), sur la droite. Le bâtiment date de 1789. Belle terrasse de marbre. Toit à étages et tuiles vernissées. Flèche dorée... À gauche de l'entrée, on trouve un petit pavillon de proportions harmonieuses... Dans la salle d'audience proprement dite, on verra un trône ouvragé, des meubles anciens, etc.

En face de la porte d'entrée du Palais royal, on aperçoit le bâtiment principal, au fond d'une cour harmonieuse... À sa gauche une porte, également interdite aux touristes, mène à l'ancien harem du roi. Et enfin à gauche également, une autre salle d'audience.

(Le guide *M.A.*, p. 166)

Selon l'exemple plus haut, nous remarquons que le choix d'une perspective du rédacteur-auteur n'est pas unique. Il existe la focalisation variable, changeante de séquence en séquence. La description d'un objet décrit se caractérise par les organisateurs spatiaux (à gauche, à droite, au fond, sur, dans, en face) par rapport à l'usage des verbes de perception (voir, apercevoir) lié à l'organisation de "type ordinal"⁴⁵ (la première

⁴⁵ C'est un type qui sert à organiser l'ordre descriptif. Le numérotage donne l'effet des alinéas qui va contribuer à la définition de l'objet décrit. (Jean-Michel Adam et André Petitjean 1989: 167)

porte, la deuxième enceinte) qui sont considérés comme les marqueurs descriptifs. Pour chaque plan, la plupart des composants architecturaux sont aussi décrits de gauche à droite. En effet, le rédacteur-auteur décrit comme si ces composants se trouvaient devant lui.

Les grottes de Chiang Dao

Sur la route de Tha Ton, à 75 km au nord de Chiangmaï, le Doi Chiang Dao (2 285 m) est le troisième sommet du pays. Au pied de la montagne, un petit escalier couvert conduit à l'étroite entrée des grottes de Chiang Dao. Plusieurs cavernes s'y succèdent; seule la première, la plus impressionnante, est éclairée d'un rai de lumière, que laisse filtrer une ouverture naturelle. Les Shan bouddhistes, qui ont longtemps vénéré l'endroit, y ont déposé plusieurs grandes statues du Bouddha. Au fond, quelques marches, flanquées d'une rampe sculptée de naga, mènent à un grand bouddha couché taillé à même la paroi, et à la statue grandeur nature d'un de ses disciples en état d'illumination.

(Le guide *Gallimard*, p. 291)

La description se distingue par l'emploi des locutions spatiales "au pied, au fond" qui fait à l'aide des verbes "conduire" et "mener" précédant les composants architecturaux d'un objet décrit comme "un petit escalier couvert" et "quelques marches". Ce procédé "d'éviter le piétinement descriptif" consiste à recatégoriser les éléments statiques qui composent l'objet décrit en leur attribuant les sèmes animés et dynamiques (niveau sémantique) et, au plan syntaxique, le statut de sujet

de verbe d'action."⁴⁶ C'est-à-dire que les verbes "conduire" et "mener" sont considérés comme les sèmes animés et dynamiques qui soutiennent la description à se glisser dans un plan de texte.

Wat Phra Kaeo - D'après la tradition, le sanctuaire principal, situé au coeur de la ville, renfermait autrefois le bouddha d'Émeraude (voir Wat Phra Kaeo, Bangkok), d'où son nom. À l'intérieur de l'enceinte se trouvent les vestiges de plusieurs édifices et de statues en latérite. Au fil du temps, l'érosion a donné à certains d'entre eux des formes stylisées.

Près de l'entrée il ne reste que la base d'une statue parmi les colonnes d'un *wihan* précédant un mondop. Un deuxième *wihan* fait face au chédi principal, qui a conservé des traces de décorations en stuc, et des niches les plus élevées. La base, carrée, porte les vestiges de 32 lions en stuc. À proximité, un grand Bouddha assis et trois statues colossales forment un groupe impressionnant. Le visage du Bouddha couché est remarquablement expressif. Plus à l'Ouest, des éléphants en stuc ornent la base d'un autre *chédi* rond, entouré de structures plus petites du même type. Près de l'entrée se trouvent le Lak Müang et des pièces d'eau (Sa Môm-Côté Nord).

(Le guide *Michelin*, p. 143)

La description accentue l'emploi des locutions spatiales. En décrivant le Wat Phra Kaeo, nous pouvons voir que c'est le rédacteur-

⁴⁶ Jean-Michel Adam et André Petitjean, *Le texte descriptif* (Paris: Nathan, 1989), p. 40.

auteur qui sait toute la direction du temple, il choisit d'employer des locutions prépositionnelles spatiales afin de marquer la focalisation de ce qu'il voit et de ce qu'il sait telles que "à l'intérieur de, près de, à proximité et plus à l'Ouest." Ces locutions prépositionnelles sont considérées comme les marqueurs qui aident à arranger les éléments de l'objet décrit, par exemple, "le sanctuaire principal, le Bouddha d'Émeraude, la base d'une statue" dans le plan de texte spatial.

Wat Benjamabopitr: (...)

À l'intérieur du bâtiment principal, remarquable décoration d'or et de laque. Sur l'autel, énorme bouddha qui abrite sous lui les cendres de Râma V mort en 1910. Beau plafond à caissons incrusté d'or. Dans le cloître, 52 bouddhas de bronze, tous de styles, de positions et de provenances différents. (...)

(Le guide *Routard*, p. 136)

Nous remarquons que dans cette séquence descriptive, toutes les phrases sont commencées par la préposition et la locution spatiale, "à l'intérieur, sur, dans". Ce type de description montre que le rédacteur-auteur en tant que descripteur observe d'abord un objet décrit, ensuite, il décrit les éléments architecturaux du temple. Nous trouvons que la séquence déclenche une description figée du lieu. Remarquons que les structures de phrase sont elliptiques du verbe. Elles se présentent sous la forme d'un nom ou d'un groupe nominal. La brièveté de la phrase nominale indique que le rédacteur-auteur veut "centrer l'attention sur un

mot ou transmettre une sensation ou une information sans qu'encombrent des éléments accessoires.”⁴⁷

Le Musée national Rama Khamhaeng

Situé dans un jardin, près du Wat Mahathat, à l'entrée du parc, il rassemble de très nombreux objets trouvés à Sukhothai, Sri Saichanalai et Kamphaeng Phet. Dans la salle du bas est exposé un des plus beaux exemples du Bouddha “en marche”. Inventée par les artistes de Sukhothai, cette attitude représente le Bouddha nouvellement illuminé qui entre dans le monde des hommes pour leur montrer la voie. Dans la galerie du 1^{er} étage, on peut admirer des sculptures Chiang Saen et Lopburi, ainsi que des céramiques. Une copie de la stèle de Rama Khamhaeng (l'origine se trouve au musée de Bangkok) est exposée sur la mezzanine.

(Le guide *Bleus Évasion*, p.p. 163-164)

La description du Musée national Rama Khamhaeng commence par l'usage des prépositions spatiales “dans” exprimant au niveau de sens l'orientation de l'espace ouvert (dans le jardin) à l'espace fermé (dans la salle du bas, dans la galerie).

D'après la représentation de cinq exemples plus hauts, nous trouvons que tous les cinq guides de voyage accentuent sur la localisation. L'usage des prépositions ou des locutions spatiales sert à préciser un attrait par rapport à la perception du descripteur (rédacteur-

⁴⁷ Hervé-D. Béchade, *Syntaxe du français moderne et contemporain* (Paris: Presses Universitaires de France, 1986), p. 223.

auteur). Celui-ci est considéré comme “le maître d’oeuvre de la conceptualisation de l’espace et des moyens qui l’expriment.”⁴⁸ C’est-à-dire que c’est le rédacteur-auteur qui choisit ou dirige le moyen de la mise en scène des locutions spatiales dans le texte et conduit ainsi son lecteur à découvrir le lieu d’après son itinéraire. Ces locutions spatiales introduisent également la description des éléments architecturaux ou sculpturaux d’un lieu visité.

1.2.2.4 Description de certaines parties pour le tout

C’est un des procédés de donner la description qui paraît nombreux dans la structure séquentielle des guides de voyage. Pour caractériser la construction des propositions descriptives de ce type, nous considérons d’abord comme la description des parties pour le tout. C’est-à-dire que le développement de la description peut déclencher par la mise en relation des éléments d’un objet qui est considéré comme le thème-titre. Comme le soulignent Jean-Michel Adam et André Petitjean, “le coeur du processus descriptif porte sur les parties du tout que constitue l’objet du discours descriptif (thème-titre).”⁴⁹ Il s’agit d’un mot principal correspondant au thème-titre de base et à d’autres éléments qui mettent en relation dans la séquence descriptive.

Selon la notion plus haute, nous constatons que l’expansion descriptive repose sur la mise d’un objet en relation avec d’autres objets secondaires.

⁴⁸ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l’expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 414.

⁴⁹ Jean-Michel Adam et André Petitjean, *Le texte descriptif* (Paris: Nathan, 1989), p. 134.

Pour illustrer cette notion, voyons les exemples ci-dessous:

Le palais du roi Naraï. C'est un des plus beaux endroits de Thaïlande. Les vastes murailles qui entourent le palais abritent les ruines des pavillons, au milieu de cours paisibles. Les portes du rempart sont très belles. On frémira en passant sous celles où Phaulkon fut assassiné. La salle d'audience, construite par Naraï pour recevoir M. de Chaumont, l'ambassadeur de Louis XIV, est encore debout. Les vides dans le mur marquent la trace des miroirs offerts par le roi Soleil.

(Le guide *M.A.*, p. 205)

La description est centrée sur les éléments architecturaux de palais du roi Naraï, "les ruines des pavillons, les portes du rempart, la salle d'audience et les vides dans le mur". Il s'agit d'une propriété du thème-titre "le palais du roi Naraï" qui commence dans le mouvement de la description du paragraphe. Ensuite, ce sont les parties thématiques (sous-thèmes), tels que "les vastes murailles", "les portes du rempart", "la salle d'audience" et "les vides dans le mur" qui constituent des prédicats successifs impliquant le thème-titre "le palais du roi Naraï".

Le Wat Umong. Ce monastère, fondé par Mengrai en 1296, au bénéfice de quatre moines cinghalais, est l'un des plus anciens de Chiangmaï. Il s'élève au bout d'une longue ruelle sinieuse perpendiculaire à Suthep Road. Ses bâtiments accusent une influence môn et birmane; du décor original en stuc représentant des *naga* et les gardiens géants (*yaksa*), ne subsistent que quelques fragments. Si le *chédi* est de

construction récente, on a découvert, dans les anciennes cellules de méditation du sous-sol, quelques vestiges de peintures murales du XV^e siècle, qui seraient les plus anciennes de l'époque du Lan Na. Les nouveaux bâtiments du monastère accueillent les bouddhistes occidentaux qui souhaitent y faire une retraite.

(Le guide *Gallimard*, p. 268)

Nous avons vu que le thème-titre est le "Wat Umong", le tout pour ses parties (les composants architecturaux), telles que "bâtiments du décor original en stuc", "des *naga*", "les gardiens géants", "le *chedi*" et "peintures murales" qui composent un ensemble du temple. La structure descriptive est marquée par le procédé synecdochique qui vise à donner le rapport entre le thème-titre et ses éléments sélectionnés.

Wat Chang Rob. Situé sur une colline, à l'extérieur des remparts, c'est le temple la plus spectaculaire, avec son *chedi* reposant sur une plate-forme soutenue par 68 demi-éléphants (tête et pattes avant).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 167)

La structure descriptive de ce paragraphe dépend d'un thème-titre "Wat Chang Rob" qui est composé d'une partie architecturale "chedi" et d'une autre partie sculptée "68 demi-éléphants". Ces deux éléments sont considérés synecdochiquement comme les parties d'un tout qui donnent l'expansion descriptive du paragraphe.

Wat Phra Boromathat - Ce temple est renommé pour son *chedi* destiné à recevoir des reliques du Bouddha, comme le

précise l'inscription de l'époque Sukhothai datant du règne du roi Li Thai. Il y a quelques décennies, le *chédi* d'origine, sans doute en forme de bouton de lotus dans le style caractéristique de l'époque de Sukhothai, a été remplacé par un *chédi* édifié dans le style birman par un riche marchand de bois de ce pays. C'est un édifice intéressant, de forme ronde et harmonieuse, avec une délicate couronne dorée.

(Le guide *Michelin*, p. 144)

Le thème principal du paragraphe "Wat Boromathat" est développé par le prédicat fonctionnel "son *chédi* destiné à recevoir des reliques du Bouddha" et le prédicat qualificatif "le *chédi* d'origine en forme de lotus" qui lui attribuent des propriétés. Nous voyons que le long paragraphe concerne les propriétés du Wat Phra Boromathat portées sur le *chédi*. Le nom propre du temple est considéré comme le thème-titre et sa partie est le *chédi*, l'élément ou composant architectural qui fait une expansion d'un paragraphe.

Wat Phra Sing - au bout de Ratchadamnoen, au coin de Singharat Road. Ouvert tous les jours de 8 h à 17 h. Fondé au XIV^e siècle, c'est le plus important et le plus intéressant de la ville. Le temple principal arbore une belle façade classique, mais seul le temple du fond, plus petit et à gauche du principal, présente un véritable intérêt. Façade délicieusement sculptée et ornée de fresques du XVI^e siècle. Élégants piliers peints et charmante charpente de bois. Linteau superbe au-dessus de la porte. Le clou de cette

visite est le Bouddha du VIII^e siècle qui arriva de Ceylan après de nombreuses vicissitudes.

(Le guide *Routard*, p. 224)

Dans cette séquence, il s'agit ici de la description des parties d'un tout. Il permet de se faire une représentation exacte des parties du "Wat Phra Sing". Il est très important d'insister sur les éléments que comporte un temple comme liste d'attraits, les façades, les piliers, le linteau et le bouddha. De plus, il y a l'emploi des superlatifs, "le plus important et le plus intéressant de la ville" et celui des adjectifs affectifs, "véritable", "élégants", "charmants" et "superbe" qui qualifie le caractère du temple. Ces mots constituent aussi une forme d'évaluation que l'on appelle "les axiologiques"⁵⁰ qui jouent un rôle de modalité appréciative positive dont nous le parlerons dans le chapitre III. De fait, le tout "Wat Phra Sing" détermine les parties (les éléments architecturaux et sculptés sélectionnés) qui construisent un "faisceau d'aspects"⁵¹ de la séquence. C'est une opération de l'expansion descriptive.

1.2.2.5 Utilisation des gérondifs

Un des procédés descriptifs qui nous frappe est l'utilisation des gérondifs. Cet usage est une technique de description du type de "faire" qui présente une action d'une personne. Jean-Michel Adam et André Petitjean expliquent que "la description de type de *faire* prend forme d'une série d'actions, manifestant, en présence ou en absence d'un autre

⁵⁰ Mot utilisé par Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette F.L.E., 1990), p. 18.

⁵¹ Cité dans Jean-Michel Adam et André Petitjean, *le texte descriptif*, (Paris: Nathan, 1989), p. 113.

personnage, l'acteur agissant sur l'objet à décrire".⁵² Le rédacteur-auteur utilise ce procédé pour décrire la scène d'un lieu visité et pour viser à donner des informations au lecteur. Donc, il présente quelqu'un et la place comme promeneur agissant sur l'objet à décrire. Voyons l'exemple:

En franchissant les premiers contreforts des montagnes de Chiangmaï, on pressent que les provinces du Nord demeurent, en dépit de l'afflux de visiteurs, un monde inconnu où l'aventure rôde. (...) Pays de montagnes boisées, de hautes vallées, de rivières, de jungle dense, de cascades, le Nord est aussi un pays de confins où se croisent Thaïlande, Laos et Birmanie. Une Asie extrême, carrefour de migrations, porte discrète entrouverte sur la Chine, avec ses populations montagnardes qui se reconnaissent les sommets pour seul royaume: Hmongs et Lahus, Akhas et Lisus, Yaos et Karen. (...) En remontant jusqu'à Chiangraï, d'autres portes ouvrent sur l'inconnu fascinant: vieilles capitales assoupies au bord du Mékong, bouddhas rescapés de mille rapines, villages de bambou où rampent les cochons noirs.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 171)

Selon l'exemple plus haut, l'emploi de deux gérondifs "en franchissant" et "en remontant" exprime des actions simultanées au sujet référent "on" et au temps "présent". Les gérondifs sont introduits en position initiale de phrase et donc, "leur sujet doit être le même que celui

⁵² Jean-Michel Adam et André Petitjean, *le texte descriptif*, (Paris: Nathan, 1989), p. 45.

du verbe principal.”⁵³ Ici, le rédacteur-auteur en tant que promeneur décrit le lieu élevé de la région du Nord surtout, les attraits de Chiangmaï et de Chiangraï, par exemple, le paysage et les tribus montagnardes. Le rédacteur-auteur présente “le lieu vu en travelling,”⁵⁴ focalisé sur le déplacement du promeneur comme s’il avançait. Il s’agit d’une stratégie qui donne l’ordre descriptif motivant le lecteur.

1.2.3 Type injonctif

Danielle Gonifei et Christian De Marez expliquent que “le texte injonctif pousse à l’action, il peut avoir pour fonction d’ordonner ou interdire. Le mode et les temps des verbes diffèrent selon qu’ils expriment un conseil, un ordre, une marche à suivre.”⁵⁵

Selon cette citation, nous trouvons que l’utilisation du type injonctif dans les guides de voyage est distinctive. Le rédacteur-auteur l’utilise en donnant des renseignements afin de donner un conseil ou de guider le lecteur. Les caractéristiques de ce type ont les formes diverses: l’infinitif, l’impératif, le futur de l’indicatif et certaines formes lexicales.

Il apparaît principalement trois formes de l’injonction employées dans le guide de voyage: la forme verbale, la forme lexicale et la forme modale.

⁵³ Martin Riegel, Jean-Christophe Pellat et René Rioul, *Grammaire méthodique du français* (Paris: Presses Universitaires de France, 1994), p. 341.

⁵⁴ C. Peyrouet, *Style et rhétorique* (Paris: Nathan, 1994), p. 113.

⁵⁵ Danielle Gonifei et Christian De Marez, *L’Essentiel en BEP, Français* (Paris: Nathan, 1989), p. 30.

Considérons d'abord la forme verbale:

1.2.3.1 Infinitif

L'emploi de l'infinitif dans le guide de voyage se rencontre notamment dans les renseignements pratiques, et dans les recettes de cuisine. Selon Y. Delatour et M. Léon-Dufour, "l'infinitif peut exprimer l'ordre, le conseil. Cet emploi est très fréquent dans les recettes de cuisine, les modes d'emploi et les avis au public."⁵⁶ Au fait, nous remarquons que le type injonctif à la forme de l'infinitif dans le guide de voyage vise à donner des conseils comme les exemples ci-dessous:

Prendre un bateau, remonter un *klong* inconnu, glisser parmi les maisons sur pilotis, les herbes folles et les rizières, voir les familles s'activant au bord de l'eau, lessive ou baignade, apercevoir le temps de passer sous un pont bas les embouteillages que l'on vient de quitter, ou rencontrer à l'aube un bonze en robe safran qui mendie rituellement son riz de ponton en ponton, manoeuvrant sa pagaie avec habileté, c'est sans doute la meilleure façon de découvrir Bangkok et ses environs immédiats.

(Le guide *M.A.*, p. 172)

Selon l'exemple plus haut, les verbes à l'infinitif sont classés en deux types, les verbes de mouvement et les verbes de vision, qui servent à

⁵⁶ Y. Delatour, M. Léon-Dufour et al, *Grammaire du Français* (Paris: Hachette, 1991), p. 75.

donner des conseils ou des renseignements pratiques. (Dans le guide *M.A.*, il y a seulement quarante-sept occurrences d'injonctifs-infinitifs).

Pour explorer la baie de Phang Nga, deux solutions: emprunter *le Reef Explorer*, un bateau à fond vitré qui permet d'observer les coraux sans se mouiller ou pour s'arrêter au gré de sa fantaisie et plonger dans les eaux claires, louer une vraie jonque chinoise (3000 Bahts par jour) ou un petit bateau (500 à 1000 Bahts par jour).

(Le guide *Gallimard*, p. 329)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur donne deux solutions en tant que conseils pour explorer la baie de Phang Nga. C'est-à-dire qu'il conseille au lecteur de faire des décisions qui peuvent résoudre une difficulté confrontée. (Dans le guide *Gallimard*, nous n'avons que onze occurrences d'injonctifs-infinitifs (sept pour des informations pratiques et quatre pour la recette de cuisine).

D'abord, profiter de la plage 5 km de sable blanc et fin pour marcher, galoper, profiter des sports nautiques organisés par les hôtels ou musarder en cyclo-pousse et profiter du dépaysement.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 228)

Également dans cet exemple, le rédacteur-auteur conseille au lecteur d'apporter des avantages quand il visite la plage Hua Hin où il y a tant de distractions proposées, par exemple, une promenade à pied, faire des sports nautiques ou une excursion à cyclo-pousse en évitant des lieux d'habitudes.

Réservoir de Lam Nang Rong - Ban Non Din Daeng.
 Comme ci-dessus pour Ban Kruat, puis suivre la route 2121,
 jusqu'à Amphoe Lahan Sai, prendre à gauche et emprunter
 la route 3068. Passer le croisement d'Amphoe Pa Kham,
poursuivre vers Ban Non Din Daeng, prendre à gauche 500
 m avant le monument.

(Le guide *Michelin*, p. 109)

Selon l'exemple plus haut, nous trouvons que dans le guide *Michelin*, le rédacteur-auteur utilise principalement les injonctifs-infinitifs pour conseiller le chemin ou la direction des lieux touristiques. Afin de parvenir à un lieu visité, la plupart des verbes utilisés sont des verbes de mouvement, tels que passer, poursuivre et prendre.

Nous distinguons quatre façons d'employer les injonctifs-infinitifs dans le guide *Michelin* comme les suivantes:

Prendre	+	la route n°. .../ nom de la route
Suivre		
Emprunter		

Prendre	+	préposition indiquant une position latérale (à droite/ à gauche)
Tourner		

Traverser	+	la route / l'endroit
Quitter		
Passer		

Poursuivre		+ sur + la distance (m / km)
Continuer		
Monter		

Nous pouvons voir que dans le guide *Michelin* tous les injonctifs-infinitifs tiennent à donner des conseils sur le chemin et la direction des lieux touristiques.

Un truc pour ceux qui veulent visiter les environs de Chaingmaï à plusieurs, sans prendre les transports en commun: louer un *songthaew* à la journée. Prévoir le prix à la journée et les différents arrêts avec le chauffeur.

(Le guide *Routard*, p. 210)

L'utilisation des infinitifs de cet exemple est comme d'autres exemples. Les infinitifs servent à donner des conseils indiquant un moyen habile pour obtenir un effet particulier. Ici, c'est le conseil de louer une camionnette pour ceux qui voyagent en groupe. Avec ce moyen de transport, ils peuvent visiter plus de lieux voisins de Chiangmaï. C'est tout à fait différent du transport public ou en commun, puisqu'on doit s'arrêter selon le programme fixe.

Pour conclure, nous constatons que la forme verbale des infinitifs est employée à la place de l'impératif. En effet, les infinitifs-impératifs utilisés dans les guides de voyage servent à "donner des conseils ou des ordres de façon très générale, puisque, par nature, l'infinitif ne s'adresse à

personne en particulier.”⁵⁷ Il s’agit des conseils généraux donnés en faveur de l’intérêt.

1.2.3.2 Impératif à la deuxième personne “vous”

Nous trouvons que l’utilisation de l’impératif à la 2^e personne “vous” est très fréquente dans les renseignements pratiques. C’est une des stratégies que le rédacteur-auteur emploie pour avoir le contact avec son lecteur. Selon Harald Weinrich, c’est “l’auditeur qui doit prendre en charge le rôle actantiel du sujet. Le locuteur enjoint donc à l’auditeur de faire une certaine chose.”⁵⁸

Un conseil: vérifiez avec soin quel timbre le policier de service a appliqué sur votre passeport à votre arrivée, si vous avez un visa. Il arrive fréquemment que celui-ci, par mauvaise volonté ou par distraction se trompe, et mette celui destiné aux non-détenteurs de visa. Vous aurez toutes sortes de difficultés ensuite à quitter le pays par la route ou en train.

(Le guide *M.A.*, p. 108)

Pensez à vous déchausser lorsque vous entrez dans un temple ou dans une demeure privée. Les bonzes doivent être traités avec respect: les femmes ne sont pas autorisées à pénétrer dans leurs quartiers ni à leur donner quelque chose de la main à la main.

(Le guide *Gallimard*, p. 314)

⁵⁷ Hervé-D. Béchade, *Syntaxe du français, moderne et contemporain* (Paris: Presses Universitaires de France, 1986), p. 72.

⁵⁸ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français*, (Paris: Didier/Hatier), 1989, p. 163

Évitez de tomber amoureux d'un écureuil volant, d'une belette à ventre jaune ou d'un chat sauvage. De nombreuses espèces sont protégées et interdites à l'exportation.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 34)

La possession ou le trafic de drogue sont des délits graves passibles de longues peines d'emprisonnement. Les dealers ont la réputation de dénoncer leurs clients étrangers à la police. N'acceptez pas jamais de faire sortir des paquets du pays pour qui que ce soit, à fortiori des connaissances de fraîche date.

(Le guide *Michelin*, p. 284)

Demandez un visa à double entrée: il vous donne droit, pour chaque entrée, à un séjour de 2 mois en Thaïlande, à condition que la deuxième entrée soit utilisée dans les 3 mois à partir du jour de demande de visa.

(Le guide *Routard*, p. 50)

Dans ce cas, les impératifs à la 2^e personne "vous" de cinq guides servent à donner des conseils, ce ne sont pas des ordres. Mais sa forme s'oppose de la forme infinitive car son emploi s'exprime plus fort que celui de l'infinitif à une action pragmatique. L'emploi de l'impératif à la 2^e personne renforce à faire agir une action, mais l'injonctif-infinitif exprime un conseil général dépendant du choix ou de la décision de chacun. L'impératif vise à donner des conseils nécessaires pour les voyageurs. Il est nécessaire de suivre ces conseils, si non, on va subir des difficultés inévitables comme en témoignent les exemples précédents.

1.2.3.3 Verbes de modalité: “devoir”, falloir” et “savoir”

Il s'agit de l'usage des auxiliaires modaux “devoir” et “falloir” indiquant l'obligation mais le verbe “savoir” au subjonctif présent exprimant l'idée impérative (mais ce n'est pas l'obligation). Ces verbes sont plus nombreux dans les guides de voyage. Le rédacteur-auteur les utilise pour donner des informations pratiques car il croit qu'il est nécessaire pour les voyageurs. Signalons que la valeur impérative du verbe “savoir” à l'injonctif “sachez” est moins forte que l'utilisation des verbes “devoir”, “falloir”, le rédacteur-auteur “recourt à la forme du subjonctif pour exprimer l'idée impérative.”⁵⁹

Nous trouvons souvent les formes suivantes:

■ Vous + v. devoir + infinitif

D'après Harald Weinrich, le verbe de modalité “devoir” a le “trait injonctif s'il est suivi de l'infinitif qui exprime l'engagement imposé. Son intérêt est transmis en principe comme une injonction à celui qui agit.”⁶⁰ Il s'agit des informations données comme des conseils obligatoirement imposés pour le savoir-vivre pendant le séjour. C'est-à-dire que les voyageurs doivent suivre des conseils proposés.

⁵⁹

Maurice Grévisse, *Le bon usage, grammaire française* (Gembloux: Duculot, 1964), p. 569.

⁶⁰

Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier/Hatier, 1989), p.p. 194-195.

Pour illustrer cette notion, prenons les exemples suivants:

Tradition oblige: c'est en train que vous devez gagner Kanchanaburi, depuis la gare de Hualampong à Bangkok (126 km). Les week-ends et jour fériés, un train spécial dessine un itinéraire touristique par Nakorn Pathom (le plus haut *chédi* du monde), Kanchanaburi et Nam Tok.

(Le guide *Gallimard*, p. 328)

Selon cet exemple, le conseil paraît explicitement indispensable pour celui qui veut visiter Kanchanaburi en train. Le mot "tradition oblige" marque bien la raison que le rédacteur-auteur a donnée. C'est parce qu'on a le train spécial desservi seulement la fin de semaine et le jour férié pour l'itinéraire touristique.

Pour conduire une voiture ou une moto en Thaïlande, il faut être titulaire d'un permis de conduire international en cours de validité. Si vous n'avez qu'un permis national, vous devez vous faire établir un permis local par l'intermédiaire de la Police Registration Division de l'endroit où vous louez le véhicule (contact à demander au bureau local du tourisme ou à la Police touristique).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 56)

L'expression "vous devez" importe un fait très important pour celui qui veut conduire une voiture ou une moto en Thaïlande. L'usage de l'auxiliaire "devoir" donne le sens d'obligation marquant un savoir-faire. S'agissant des informations certaines, le verbe "devoir" précède du

pronom “vous” est utilisé pour susciter un intérêt chez le visiteur. Il doit faire aussi un permis local bien qu’il ait un permis national.

Vous ne devrez pas descendre au-delà de 5 m. Nos lecteurs sensibles au mal de mer se laisseront glisser gentiment dans l’eau, sans stress ni angoisse, depuis le rivage.

(Le guide *Routard*, p. 85)

Selon l’exemple ci-dessus, le rédacteur-auteur parle de la plongée sous-marine. Il utilise le verbe “devoir” pour donner des conseils négatifs, nécessaires pour celui qui veut plonger sous la marine. C’est à cause de la pression de l’eau qui fait mal aux oreilles et à l’état de conscience. Pour éviter le danger ou le mal à l’aise, donc il faut suivre impérativement des conseils de sécurité de mer si l’on plonge dans l’eau.

Nous voyons que l’auxiliaire modal “devoir” précise des conseils nécessaires portés sur le savoir-faire et l’avantage de plaisir du visiteur, par exemple, la sécurité de sports nautiques, les papiers obligatoires et le trajet particulier d’une visite de chaque lieu visité. Comme en témoigne Geneviève-Dominique de Salins, le verbe modal “devoir” signifie la “nécessité-obligation.”⁶¹

■ Il faut + infinitif

C’est une expression impersonnelle qui a le trait sémantique d’injonction comme le verbe “devoir”. Il indique aussi une obligation. Selon Harald Weinrich, “la signification du verbe de modalité *falloir* peut être décrite par le trait sémantique (injonction). C’est le même trait

⁶¹ Geneviève-Dominique de Salins, *Grammaire pour l’enseignement / apprentissage du FLE* (Paris: Didier, 1996), p. 196.

que celui choisi pour décrire la signification de l'impératif. Il a pour but d'inciter l'auditeur à devenir le sujet d'une action."⁶²

Considérons les exemples ci-dessous:

Il faut aussi déchausser pour pénétrer dans la salle qui sert aux réunions ordinaires des moines.

(Le guide *M.A.*, p. 91)

L'obligation se distingue par l'usage du verbe modal "falloir". À cause des règles religieuses très strictes, il est nécessaire d'enlever les chaussures avant d'entrer dans le sanctuaire. Le visiteur doit s'y comporter convenablement.

Il faut aussi éviter de marcher sur un billet de banque ou tout autre objet à l'effigie du Roi.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 46)

Pour le visiteur, il est bon de connaître les coutumes pour se sentir plus à l'aise. Ainsi, le rédacteur-auteur donne des renseignements que le visiteur doit respecter. Si l'on manque de respect, c'est contre la loi thaïe.

Si jadis un Lacoste ou une Cartier faisaient couramment partie des souvenirs de voyage, il faut savoir que tout voyageur s'expose maintenant à de lourdes taxes à son retour s'il est détenteur d'un produit portant abusivement le nom

⁶² Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français*, (Paris: Didier/Hatier, 1989), p. 196.

d'une grande marque. Le prix payé peut être de deux fois le prix réel de la marchandise sans compter l'amende.

(Le guide *Michelin*, p. 284)

Le rédacteur-auteur donne des renseignements utiles pour le visiteur qui veut importer des produits contrefaisant une marque française renommée. Malgré le prix plus bas, la reproduction des produits étrangers sans l'autorisation de la Maison-Mère est considérée comme l'illégale.

Le pied étant la partie la moins noble du corps, il faut éviter de montrer quelqu'un du pied, c'est très irrespectueux.

(Le guide *Routard*, p. 64)

Cet exemple indique la coutume thaïe portée sur les attitudes dont le visiteur doit se pratiquer. C'est parce que la coutume détermine la marque de politesse dans les relations sociales. Donc, il est indispensable de suivre des conseils pour obtenir une bonne conduite.

Comme tous les pays, la Thaïlande a ses propres coutumes et qu'il est bon de respecter ses coutumes selon la vie sociale en tant que savoir-vivre et savoir-faire. Ainsi, le rédacteur-auteur informe en donnant des conseils utiles au visiteur étranger qui doit respecter la règle ou la loi pour éviter des difficultés provoquant une grave situation ou mettant mal à l'aise si l'on manque de respect.

■ "Sachez que"

C'est une phrase impérative qui exprime une politesse en supposant à donner des conseils moins utiles si nous comparons avec les

verbes de modalité “devoir” et “falloir” qui marquent la nécessité d’agir une action prévue. D’après la notion d’Harald Weinrich, “sachez que” est considéré comme “l’impératif poli, son caractère semble exagérément courtois et quelquefois superflu.”⁶³

Réfléchissons les exemples suivants:

Sachez que la plupart des commerçants peuvent se charger de l’expédition; vous pouvez leur faire confiance, à condition qu’ils soient agréés par l’Office du tourisme.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 48)

Selon cet exemple, le rédacteur-auteur donne au visiteur une connaissance d’une façon détaillée. En informant le moyen d’expédition des colis à l’étranger, le rédacteur-auteur donne au visiteur une connaissance détaillée. C’est-à-dire que le visiteur peut demander des commerçants à envoyer des colis pour lui au lieu d’en apporter à la Poste centrale. Dans cette perspective, l’usage de l’expression “Sachez que” souligne une affirmation s’agissant l’expédition des colis par le commerçant.

Songkhla est très étendue, il faut s’y déplacer en *tuk-tuk* ou *moto-taxi*. Elle est construite entre la mer, à l’est (Simila Beach), et le Sonkhla Lake, immense lagune à l’ouest. Enfin, sachez que les guesthouses et les hôtels sont moins

⁶³ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier/Hatier, 1989), p. 168.

chers qu'à Hat Yai (à qualité égale), plus calmes et ont souvent plus de charme.

(Le guide *Routard*, p. 449)

Selon l'exemple plus haut, le rédacteur-auteur donne une connaissance en détail sur l'hébergement moins cher à Songkhla où l'on peut y faire une visite agréable comme Hat Yai. Le rédacteur-auteur compare le tarif du logement et la qualité hôtelière de deux villes, alors il propose à rester à Songkhla. Une connaissance spéciale en détail se caractérise par l'usage de l'expression "Sachez que" comme l'exemple précédent qui donne une connaissance sur d'autre moyen de l'expédition d'objets.

Nous voyons que l'impératif poli "sachez que" sert à donner des petits conseils en exprimant des "connaissances intellectuelles."⁶⁴ Il s'agit des idées impératives qui ne concernent pas le fait de faire agir. On va en s'appliquer ou non, cela dépend de la conscience de chacun qui réfléchit sur ces données. Mais des informations données portent sur les particularités informatives que le rédacteur-auteur offre à son lecteur. Remarquons que seuls le guide *Bleus Évasion* et le guide *Routard* qui utilisent l'expression "Sachez que" considérée comme une stratégie de courtoisie pour attirer l'attention du lecteur à travers la structure impérative.

Après avoir exprimé l'injonction sous la forme variée, telle que l'usage des infinitifs, des impératifs et les verbes modaux, nous proposons ensuite d'étudier l'injonction sous la forme lexicale:

⁶⁴ Pierre Le Goffic, *Grammaire de la phrase française* (Paris: Hachette, 1993), p. 295.

1.2.3.4 Mot exclamatif "Attention"

Nous découvrons qu'il y a plusieurs formes qui visent également à donner des conseils et des avertissements pendant le voyage, telles que les expressions "attention à", "inutile de", et "il est recommandé" qui expriment le trait d'injonction.

Nous parlerons d'abord l'expression "Attention à". Il s'agit d'une expression qui vise à avertir le lecteur d'éviter des difficultés que l'on peut se rencontrer pendant son séjour. D'après Y. Delatour et les autres, "certaines phrases sont exclamatives par l'intonation seulement. Parfois même elles sont réduites à un seul mot."⁶⁵ Donc, nous pouvons dire que un mot exclamatif "Attention" a une valeur sémantique comme celle de la phrase impérative "Faites attention" mais réduite à un seul mot.

Nous trouvons deux formes de base stabilisée par rapport au mot exclamatif "attention":

Attention à + le groupe nominal

Attention + signe de ponctuation

Pour distinguer le trait de ces expressions, nous allons d'abord expliquer l'expression "Attention à".

■ Attention à + le groupe nominal

Il s'agit de la préposition "à" qui relie des noms ou du groupe nominal. Cette préposition joue un rôle important car elle établit un

⁶⁵ Y. Delatour, M. Léon-Dufour et al, *Grammaire du Français* (Paris: Hachette, 1991), p. 202.

rapport entre le mot “Attention” et un complément formé par le groupe nominal” qui fait appel à l’attention du lecteur, axé sur le danger ou le comportement mal conduit du lecteur.

Pour illustrer ce propos, observons les exemples suivants:

Les monney-changers ont l’avantage de pouvoir vous vendre des *kyat* birmans à un très bon taux. Mais attention aux services douaniers à Rangoon si vous choisissez cette solution illégale: l’importation de *kyat* et leur sortie est absolument interdite et vous serez certainement contrôlé.

(Le guide *M.A*, p. 110)

Selon l’exemple ci-dessus, l’expression “Attention ” suivie de la préposition “à” accentue le contrôle des services douaniers à Rangoon qui va arrêter celui qui prend la monnaie birmane. Le rédacteur-auteur avertit le lecteur qui peut être victime d’un changeur. Celui-ci prend l’avantage de vendre des *kyat*. Il s’agit d’une offre davantage du taux de change très favorable pour la monnaie birmane malgré que ce moyen soit contre la loi de la Birmanie quand on y passe.

Attention aux courants et aux rouleaux pendant la mousson: les plages exposées deviennent dangereuses.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 235)

Selon cet exemple, le rédacteur-auteur prévient le lecteur de faire attention des courants et des rouleaux pendant la mousson. Donc, il emploie l’expression “Attention” suivie de “à” visant à un événement imprévu.

Attention aux imitations de certains produits. Ce sont des contrefaçons de marques françaises très renommées, de qualité médiocre, dont l'importation en France exposerait leur détenteur à des poursuites judiciaires et à des amendes douanières sévères, quel que soit le nombre d'articles rapportés.

(Le guide *Routard*, p. 96)

Ici, le rédacteur-auteur informe le lecteur d'éviter des produits de contrefaçon surtout des marques françaises très bien connues. C'est puisqu'il est illégal de les importer en France. Pour donner un conseil attentif, le rédacteur-auteur choisit d'employer l'expression "Attention à".

■ Attention + signe de ponctuation

Ce moyen de présenter l'expression "Attention" est différent du précédent (Attention + à) au niveau syntaxique. Le terme "Attention" est considéré comme l'apostrophe, le rédacteur-auteur s'adresse à son lecteur "au moyen d'une "tournure impérative, exclamative ou interrogative. En général, l'apostrophe, toujours séparée du reste de l'énoncé par une pause marquée à l'écrit à l'aide de la virgule ou du point d'exclamation, n'est pas précédée de l'article."⁶⁶ Dans ce cas, la virgule se distingue par la séparation entre deux propositions indépendantes et elle assure une liaison de la première et la deuxième proposition.

⁶⁶ Hervé -D. Béchade, *Syntaxe du français moderne et contemporain* (Paris: Presses Universitaires de France, 1986), p. 91.

Pour illustrer ce propos, prenons en considération les exemples suivants:

Attention, il est en principe interdit d'exporter tout objet d'art religieux, notamment les nombreux Bouddha qui sont en vente.

(Le guide *M.A.*, p. 157)

Ici, deux propositions sont séparées par la virgule. Pour mieux comprendre, le rédacteur-auteur fait la liaison par la donnée explicative à travers la deuxième proposition en tant qu'une information explicative. Le rédacteur-auteur avertit le lecteur sur l'exportation des objets religieux. Il attire l'attention du lecteur par le mot "Attention" marquant un fait illégal de l'exportation d'antiquités d'objets d'art et de statues de Bouddha.

Attention, de forts courants y rendent la baignade dangereuse.

(Le guide *Gallimard*, p. 215)

Prévenant le danger, le rédacteur-auteur utilise le mot "Attention" comme les exemples précédents.

Attention, les chauffeurs essaient toujours d'arnaquer les Européens.

(Le guide *Routard*, p. 115)

La précaution est informée par le rédacteur-auteur. Il s'agit d'un conseil particulier sur la surcharge de prix des chauffeurs des *tuk-tuks*. Le plus souvent, ce sont les étrangers qui deviennent leur victime.

Enfin, nous avons vu l'expression "Attention" par rapport au trait d'injonction en tant que conseil de prudence. Le rédacteur-auteur signale au lecteur la précaution d'une manière remarquable. Le rédacteur-auteur emploie donc "Attention" comme une expression exclamative ayant pour but de donner des informations destinées à l'avertissement. Il donne un signal au lecteur s'agissant d'un danger ou des difficultés éventuelles.

1.2.3.5 Expression "Inutile de"

C'est une expression impersonnelle qui exprime des conseils au sens négatif. Son caractère relève d'un intérêt guidé par l'avis du rédacteur-auteur. Il essaie d'entraîner le lecteur à suivre ses conseils contre un fait qui ne sert à rien pour le séjour.

Prenons ces exemples:

Krung Thep Maha Nakorn Amorn Ratanakosindra Mahindraytthaya Mahadilokrop Noparatana (...). Inutile de préciser que ce nom est rarement employé dans son ensemble, si ce n'est au cours de certaines cérémonies imposant un langage protocolaire.

(Le guide *M.A.*, p. 135)

Dans l'exemple plus haut, en réalité, le rédacteur-auteur veut montrer le nom complet de la capitale de Thaïlande pour faire connaître

ou introduire le nom de la capitale “Krung Thep” à “Bangkok” connue par les Occidentaux. Il emploie l’expression “Inutile” pour justifier les trois points de suspension, et son refus de donner le nom complet.

Embouteillages, touffeur, averses diluviennes et pollution font de la circulation à Bangkok un enfer. Inutile donc de songer à louer une voiture!

(Le guide *Gallimard*, p. 311)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur fournit d’abord dans la première phrase des données comme la cause. Puis, il utilise l’expression “Inutile de” qui permet d’évoquer un conseil négatif en tant que conséquence. C’est-à-dire qu’il ne faut pas louer une voiture à cause des trafics intenses de la pollution, de l’eau et de l’atmosphère.

Inutile de prendre un trop grand stock de pellicules: vous les trouverez facilement sur place, moitié moins cher qu’en France.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 28)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur déconseille le lecteur à prendre trop de pellicules. C’est puisqu’il peut en acheter partout et le prix est très bas. Au lieu de dire “Prendre un peu de pellicules”, le rédacteur-auteur dit le contraire.

Il n’y a pas de marché noir et le change s’effectue partout sans aucun problème, même en francs français ou en

chèques de voyage en francs français. Inutile donc
d'apporter des dollars.

(Le guide *Routard*, p. 53)

Dans cet exemple, nous trouvons que l'expression " inutile" vise à donner des conseils négatifs. C'est-à-dire que pour les étrangers naïfs le rédacteur-auteur leur conseille de ne pas apporter des dollars. C'est puisqu'en Thaïlande, le change de toutes les monnaies occidentales s'effectue facilement dans les banques, chez les changeurs et dans les hôtels.

Enfin, nous constatons que l'expression "Inutile de" exprime des conseils négatifs. Au lieu de dire "Il n'est pas nécessaire d'apporter des dollars", le rédacteur-auteur dit une autre expression équivalente. L'usage de l'expression "Inutile" nous permet d'amener à réfléchir sur des informations équivalentes à un couple implicite "cause-conséquence". Considérons bien les exemples du guide *Gallimard* et du guide *Bleus Évasion*, le rédacteur-auteur utilise le mot "donc" qui signifie "amener la conséquence ou la conclusion de ce qui précède".⁶⁷ Ainsi, nous pouvons dire que cet usage indique des conseils négatifs en tant que conséquence impliquant les données.

1.2.3.6 Expression impersonnelle "Il est recommandé de"

C'est un verbe à la forme passive qui accentue des informations conseillées. D'après Y. Delatour et al., le verbe passif "il est

⁶⁷ *Le Petit Nouveau Robert* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 758.

recommandé” a la valeur d’“on recommande de ...”⁶⁸ Il s’agit de donner des conseils en insistant le lecteur à pratiquer ce qu’on conseille afin de faciliter son voyage ou d’obtenir un bon résultat.

L’eau du robinet de Bangkok n’est pas potable, il faut boire de l’eau minérale. Il est même recommandé de s’en servir pour se laver les dents!

(Le guide *Gallimard*, p. 315)

Dans cet exemple, l’expression impersonnelle a la valeur de donner un conseil concernant de l’eau potable du robinet de Bangkok qui n’est pas propre à boire. Alors, il conseille au lecteur de boire de l’eau minérale et de s’en servir à se laver les dents.

Il est recommandé de bien s’accrocher, sans laisser dépasser les mains ni les doigts de pied, ce qui nécessite un léger entraînement.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 144)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur donne au lecteur un conseil montrant le fait dangereux de prendre le *tuk-tuk* à cause de l’intrépidité du chauffeur.

Il est recommandé d’établir une liste du matériel de valeur, caméras vidéo ou appareils photo, avec leurs numéros de série.

(Le guide *Michelin*, p. 278)

⁶⁸

Y. Delatour, M. Léon-Dufour et al., *Grammaire du français* (Paris: Hachette, 1991), p. 30.

Le rédacteur-auteur conseille au lecteur de faire la liste des objets de valeur afin d'accélérer le passage de la douane.

Et il est fort peu recommandé pour un Européen de s'aventurer dans la montagne sans guide.

(Le guide *Routard*, p. 285)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur parle d'abord de la région du Triangle d'or où il y a des affrontements entre les bandes rivales et ceux qui sont contre ces bandes. Ces terrains sont dangereux pour les touristes, le rédacteur-auteur donne alors un conseil à celui qui veut y visiter avec le guide.

En conclusion, le type injonctif se distingue par des structures diverses dont le sens est de donner des conseils marquant le degré divers: la structure impérative exprime le degré d'intensité plus forte que la structure infinitive. Certaines structures sont équivalentes au niveau sémantique, mais l'intensité de degré est différente, par exemple, dans le guide *Bleus Évasion* (p. 28), le rédacteur-auteur emploie la structure impérative "N'oubliez pas non plus les préservatifs, le sida fait des ravages en Thaïlande."; dans le guide *Michelin* (p. 284), le rédacteur-auteur utilise l'auxiliaire modal "Il faut savoir que les risques de transmission du SIDA et autres MST sont réels: le préservatif est indispensable."; chez *Nouveaux-Loisirs* (p. 320), "Levez-vous tôt pour vous rendre au marché flottant de Damnoen Saduak (deux heures de trajet), qui ne se tient que le matin." et dans le guide *Bleus Évasion* (p. 134), "Il est recommandé d'y arriver le plus tôt possible, avant l'heure de pointe des cars d'excursion (10h-11h)". Dans ces cas, nous constatons

que c'est le rédacteur-auteur qui choisit le moyen de communication: les messages sont centrés sur les renseignements pratiques en passant des conseils généraux à des conseils nécessaires ou utiles pour le visiteur. Celui-ci ne risquera plus de rencontrer des difficultés pendant son séjour en Thaïlande s'il suit les conseils du rédacteur-auteur, considéré comme une personne chevronnée.

1.2.4 Type narratif

Le type narratif se présente par l'usage des temps du récit et par celui du présent historique dans le cas restreint. Ce type de séquence est utilisé pour donner des informations historiques d'un lieu.

Pour distinguer une séquence narrative dominante qui constitue un texte narratif, il est possible de suivre la notion de Jean-Michel Adam, qui conseille de se concentrer sur des déroulements chronologiques finalisés et celle d'Harald Weinrich qui conseille sur "la répartition des traits pertinents des temps du récit".⁶⁹ Il distingue les temps du récit de ceux du commentaire.

Il convient donc de distinguer les deux aspects du récit:

1.2.4.1 Temps du récit

Dans les guides de voyage, le style narratif est marqué par l'emploi des temps narratifs. Il s'agit des formes temporelles d'un texte

⁶⁹ Selon les notions d'Harald Weinrich, les temps du récit se caractérisent par l'usage du passé simple, l'imparfait, le plus-que-parfait, le passé antérieur et le conditionnel. Différents du récit, les temps du commentaire se distinguent par l'usage du présent, le passé composé et le futur. (Harald Weinrich 1989: 124)

qui appartiennent majoritairement ou en totalité aux temps du récit, le passé simple, l'imparfait et le plus-que-parfait.

Pour éclairer ces notions, considérons les cinq exemples suivants:

Chiangmaï

Au XIII^e siècle, il existait un royaume thaï dans la région de Chiangraï, au Nord de Chiangmaï. L'empereur mongol Kubla Khan agrandissait son empire, envahissant la Birmanie. Les royaumes de Chiangraï et de Sukhothaï s'allièrent et la capitale de l'état du Nord fut transférée à l'aube du XIV^e siècle à Chiangmaï, où le roi siamois se sentait plus en sécurité. Il lutta d'abord contre les Môn et les Khmer, et par la suite les relations avec ce qui était devenu le royaume d'Ayutthaya s'envenimèrent. La lutte contre les Birmans épuisa le royaume, qui tomba sous la coupe de Bangkok à la fin du XVIII^e siècle.

(Le guide *M.A.*, p. 217)

Selon l'exemple ci-dessus, la séquence narrative a en tout dix formes verbales: quatre formes de l'imparfait et six du passé simple. L'alternance de l'imparfait et du passé simple représente le registre du récit. Comme les formes temporelles du récit s'imposent par le nombre, nous pouvons prendre le texte dans son ensemble comme narratif. Le texte mentionné raconte un événement passé. C'est une histoire vraie d'un lieu touristique "Chiangmaï". Dans ce texte, ce sont en particulier les indications précises sur le temps (au XIII^e siècle, à l'aube du XIV^e siècle et à la fin du XVIII^e siècle) et sur le lieu (Chiangraï, Nord de Chiangmaï, Ayutthaya, Bangkok) ainsi que sur le personnage (l'empereur

mongol Kubla Khan) qui témoignent tous des preuves historiques du lieu touristique.

L'âge d'or. Ayutthaya atteignit son apogée au XVII^e siècle, époque à laquelle elle était plus étendue et beaucoup plus peuplée que Londres ou Paris. Le royaume, qui entretenait des relations commerciales avec la Chine, l'Inde, Ceylan et Les États malais, avait établi de fructueux contacts avec les Japonais et les Occidentaux. Mais, à la mort du roi Naraï, en 1688, Ayutthaya se ferma à toute influence étrangère et son déclin s'amorça.

(Le guide *Gallimard*, p.p. 242-243)

Épisode royal - Tak est connue pour avoir été le fief du roi Taksin (1767-82), fils de riches marchands chinois, qui obtint les honneurs suprêmes après avoir débuté comme page royal. Il devint gouverneur de Tak et Kamphaeng Phet. Après la chute d'Ayutthaya aux mains des Birmans en 1767, il reforma une armée. En l'espace de sept années, il avait regagné le territoire perdu et accédé au trône. Il établit sa capitale à Thonburi.

(Le guide *Michelin*, p. 262)

Pour mettre l'accent sur la narration, le rédacteur-auteur en tant que narrateur prend en charge la séquence dominante par l'emploi de la troisième personne (quatre pronoms de "il"), de l'imparfait (deux formes) et du passé simple (quatre formes). Le fait que l'histoire rapporte un passé réel ne déroule que de la co-occurrence des temps du récit.

Fondée par le roi Mengrai à la fin du XIII^e siècle. C'est à cette époque que les canaux et les remparts formant le carré central de la ville furent creusés et édifiés. La petite ville devint la capitale du royaume du Lan Na au début du XIV^e siècle après l'alliance des royaumes de Sukhothai et de Chiangrai. Pour éviter toute agression, le roi passa même un accord de protection avec le roi de Sukhothai. Malgré cela, la cité fut très fréquemment attaquée et elle tomba sous la coupe d'Ayutthaya, puis dans les mains des Birmans du milieu du XVI^e siècle du milieu du XVIII^e siècle. Cependant le royaume, coupé du reste du pays (jusqu'au début du XX^e siècle, aucune route n'y menait), a développé en toute indépendance un courant artistique particulier, le style Lan Na (ou Lanna). On retrouve dans les musées cet art singulier, inspiré par les styles birman et laotien; l'un des plus beaux de Thaïlande.

(Le guide *Routard*, p. 205)

Dans cet exemple, il y a dix formes verbales. Sept appartiennent au registre du récit: ce sont une forme à l'imparfait (menait) et six formes au passé simple (furent creusés, fut édifiés, devint, passa, fut attaquée, tomba). Trois du commentaire (est, retrouve, a développé) ne troublent pas l'image homogène d'une séquence narrative dans son ensemble.

Remarquons enfin que la séquence narrative de l'histoire du lieu touristique est restreinte, elle doit cerner les rapports des informations données insistant sur le plan scénique pour définir une action unique du sujet raconté. Il s'agit de la structure de base concernant "la triade d'Aristote". Cette triade se compose de "le commencement (la situation

initiale), le milieu (la transformation) et la fin (la situation finale).”⁷⁰ Ces trois moments forment un tout d’une histoire avec des événements successifs.

Pour illustrer les trois moments selon la conception aristotélicienne que Jean-Michel Adam considère comme “le procès transformationnel”, nous présentons le schéma récapitulatif de la structure de base de cinq exemples comme le suivant:

	Séquence narrative tirée du guide <i>M.A.</i>
Commencement: (Situation initiale)	Au XIII ^e siècle, il <u>existait</u> un royaume thaï dans la région de Chiangraï, au Nord de Chiangmaï. L’empereur mongol Kubla Khan <u>agrandissait</u> son empire, envahissant la Birmanie.
Milieu: (Transformation)	Les royaumes de Chiangraï et de Sukhothai <u>s’allièrent</u> et la capitale de l’état du Nord fut transférée à l’aube du XIV ^e siècle à Chiangmaï., où le roi siamois <u>se sentait</u> plus en sécurité. Il <u>lutta</u> d’abord contre les Môn et les Khmer, et par la suite les relations avec ce qui <u>était devenu</u> le royaume d’Ayutthaya <u>s’envenimèrent</u> .
Fin: (Situation finale)	La lutte contre les Birmans <u>épuisa</u> le royaume, qui <u>tomba</u> sous la coupe de Bangkok à la fin du XVIII ^e siècle.

70

Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 49.

	Séquence narrative tirée du guide <i>Gallimard</i>
Commencement: (Situation initiale)	Ayutthaya <u>atteignit</u> son apogée au XVII ^e siècle, époque à laquelle elle <u>était</u> plus étendue et beaucoup plus peuplée que Londres ou Paris.
Milieu: (Transformation)	Le royaume, qui <u>entretenait</u> des relations commerciales avec la Chine, l'Inde, Ceylan et Les Etats malais, <u>avait établi</u> de fructueux contacts avec les Japonais et les Occidentaux.
Fin: (Situation finale)	Mais, à la mort du roi Naraï, en 1688, Ayutthaya <u>se ferma</u> à toute influence étrangère et son déclin <u>s'amorça</u> .

	Séquence narrative tirée du guide <i>Michelin</i>
Commencement: (Situation initiale)	Tak est connue pour avoir été le fief du roi Taksin (1767-82), fils de riches marchands chinois, qui <u>obtint</u> les honneurs suprêmes après avoir débuté comme page royal.
Milieu: (Transformation)	Il <u>devint</u> gouverneur de Tak et Kamphaeng Phet. Après la chute d'Ayutthaya aux mains des Birmans en 1767, il <u>reforma</u> une armée. En l'espace de sept années, il <u>avait regagné</u> le territoire perdu et accédé au trône.
Fin: (Situation finale)	Il <u>établit</u> sa capitale à Thonburi.

	Séquence narrative tirée du guide <i>Routard</i>
Commencement: (Situation initiale)	Fondée par le roi Mengrai à la fin du XIII ^e siècle. C'est à cette époque que les canaux et les remparts formant le carré central de la ville <u>furent creusés et édifiés</u> .
Milieu: (Transformation)	La petite ville <u>devint</u> la capitale du royaume du Lan Na au début du XIV ^e siècle après l'alliance des royaumes de Sukhothai et de Chiangrai. Pour éviter toute agression, le roi <u>passa</u> même un accord de protection avec le roi de Sukhothai.
Fin: (Situation finale)	Malgré cela, la cité <u>fut</u> très fréquemment <u>attaquée</u> et elle <u>tomba</u> sous la coupe d'Ayutthaya, puis dans les mains des Birmans du milieu du XVI ^e siècle du milieu du XVIII ^e siècle.

Selon les exemples plus hauts, les cinq schémas confirment qu'il existe une dynamique caractéristique d'une séquence narrative, à partir du début jusqu'à la fin d'une histoire. Chaque histoire racontée d'un lieu touristique comporte trois moments chroniques considéré comme une base d'une logique de l'action. Toutes les actions développent selon une triade de base. Les liens sémantiques (l'enchaînement des phrases) par rapport aux temps du récit exprimant le passé.

Nous pouvons diviser des informations racontées de chaque lieu comme les suivantes:

-Une histoire de Chiangmaï dans le guide *M.A.* est commencée par l'existence d'un royaume thaï marquant la situation initiale, puis la

transformation se présente par les alliances de deux royaumes et enfin la situation finale est la dégradation de la ville.

-Lorsque le rédacteur-auteur raconte l'histoire d'Ayutthaya, il commence par la gloire de la ville, puis son amélioration obtenue et finit par la chute d'Ayutthaya.

-L'histoire de Tak débute par le sujet-héro "le roi Taksin" qui est considéré comme l'initiateur de l'action, puis la transformation se présente par l'amélioration de la ville et enfin, le résultat se présente par la fondation de la capitale à Thonburi.

-Le dernier exemple commence par l'édification de la ville par le roi. Puis, l'amélioration de la ville, l'alliance de deux royaumes et la fin est la dégradation de la ville.

1.2.4.2 Présent historique

Il s'agit de l'usage du présent dans un cas particulier. C'est le présent historique, perçu comme un repérage fictif. Le présent historique sert à "amenuiser la distance entre le temps de l'événement et celui de la lecture. Dans un contexte au passé, il joue le rôle d'un passé perfectif mais présente les faits comme s'ils étaient contemporains de leur réception."⁷¹ Dans cette perspective, nous voyons que dans un événement passé, le style narratif se présente non seulement sous forme de temps du monde racontés, mais aussi sous forme de présent fictif afin de donner la valeur expressive particulièrement vivante et animée.

⁷¹ Anne Herschberg Pierrot, *Stylistique de la prose* (Paris: Belin, 1993), p. 78.

Considérons les exemples qui expriment l'usage du présent historique:

Sukhothai, paradis fiscal oublié

Tandis que notre bon roi Saint Louis rend la justice sous son chêne, un nouveau royaume voit le jour au pays des lotus et des frangipaniers: nous sommes en 1238 et un premier État organisé marque l'émergence de la nation siamoise, sous le nom de Sukhothai (du pâli sukha- udaya qui signifie "l'aube de la félicité"). La nouvelle ville est implantée au nord de la riche plaine alluviale qui coule jusqu'à la Mer de Chine sur 500 kilomètres.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 63)

Nous sommes exactement en 1907 et la France, pour assurer sa mainmise sur l'Indochine, a besoin d'une embarcation à fond plat pour relier en toute saison les principales provinces baignées par le Mékong: c'est décidé, on l'appellera le "Morris". Pendant la Seconde Guerre mondiale, c'est d'ailleurs lui qui approvisionna en armes les forces armées indochinoises.

(Le guide *Routard*, p. 324)

Notons que le guide *Bleus Évasion* et le guide *Routard* sont les deux parmi cinq guides qui emploient le style narratif dans la séquence. Remarquons que le présent historique est une forme particulière de la narration. C'est puisque le rédacteur-auteur en tant que narrateur se réfère au moment de l'énonciation. Il emploie un faux présent d'énonciation qui n'appartient pas à l'histoire. Le moment de l'histoire

est “en 1238” et “en 1907” mais le moment de lecture, l’année actuelle. Nous pouvons voir que ce phénomène ne coïncide pas avec la chronologie réelle d’une histoire.

1.2.5 Type argumentatif

Nous trouvons que la forme argumentative dans le guide de voyage est aussi variée que d’autres formes, par exemple, la forme informative, descriptive et injonctive. Tous les guides de voyage visent à introduire au lecteur des données touristiques pour inciter au voyage. Nous proposons de distinguer le type argumentatif qui vise à convaincre le lecteur. Ce type a de l’influence sur le lecteur surtout dans la structure discursive propre aux guides de voyage.

Jean-Michel Adam explique que “le type argumentatif est de décrire les processus logiques naturels, c’est-à-dire les processus de pensée et de raisonnement. Il s’agit d’influencer l’auditoire et de le conduire à telle ou telle conclusion.”⁷²

Nous distinguons quatre types d’arguments des guides de voyage:

1.2.5.1 Argumentation par l’appel à la valeur supérieure

Il s’agit des arguments orientés vers l’appel à l’affirmation de lieux touristiques. L’argumentation de ce type affirme les qualités distinctives d’un lieu touristique.

⁷² Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes*, (Paris: Nathan, 1992), p. 103.

Pour observer le mode d'insertion d'une séquence argumentative dans le texte, prenons en considération les exemples suivants:

Ko Samui est la plus vaste des îles thaïlandaises du golfe du Siam: 21 km sur 25 km au plus large endroit, 247 km² en tout.

(Le guide *M.A.*, p. 214)

Selon l'exemple ci-dessus, l'argumentation se distingue par le superlatif "la plus vaste des îles thaïlandaises du golfe du Siam" qui précise la qualité distinctive de l'île Samui.

Reprenons un autre exemple:

Ce palais de quatre-vingt-une pièces, réputé pour être la plus grande structure en teck doré du monde, fut achevé en 1902.

(Le guide *Gallimard*, p. 290)

Selon l'exemple plus haut, l'argumentation se caractérise par le superlatif "la plus grande structure en teck doré du monde" qui marque la qualité suprême du palais Vimarn Mek.

Considérons l'exemple ci-dessous, la qualité supérieure d'un lieu est affirmée par le rédacteur-auteur qui la détermine:

Plus grande île de Thaïlande, baignée les eaux scintillantes de la mer d'Andaman, Phuket mérite pleinement les superlatifs dont on la couvre pour vanter son succès touristiques. Plages de sable blanc brillant frangées de

palmier, baies et criques abritées, forêt exubérante, collines verdoyantes et pittoresques villages de pêcheurs sont riches d'une histoire fertile en événements et de l'héritage de nombreuses cultures. Le climat est idéal, la température y est douce toute l'année (28 à 32°C), avec quelques averses tropicales intermittentes pendant la mousson. L'île possède de remarquables équipements susceptibles de satisfaire les visiteurs les plus exigeants.

(Le guide *Michelin*, p. 220)

Selon cet exemple, nous trouvons que le rédacteur-auteur exprime l'importance et la prospérité de la ville "Phuket" par des données argumentatives qui affirment les qualités supérieures de la ville, par exemple, la beauté naturelle, les plages, les baies, les collines, les villages de pêcheurs, le climat idéal et les équipements touristiques. D'ailleurs, remarquons que l'argumentation est aussi déterminée par le mot "superlatifs" donné par le rédacteur-auteur. C'est-à-dire que Phuket est une ville incomparable.

D'après les exemples plus hauts, l'argumentation s'exprime par l'usage des superlatifs qui déterminent la valeur supérieure des sites touristiques. Le rédacteur-auteur utilise ce procédé pour valoriser les sites touristiques et inciter le lecteur au voyage.

1.2.5.2 Argumentation par des métaphores

Il s'agit de donner le raisonnement par une métaphore. C'est sans doute le procédé le plus utilisé des figures de mots dans les guides de voyage. Le rédacteur-auteur substitue un terme par un autre pour

évoquer une ressemblance de deux termes. Cette “ressemblance entre l’objet évoqué et l’objet-repère est nécessaire pour que l’énoncé soit interprété correctement.”⁷³ C’est-à-dire que ces deux termes nous permettent de passer du monde réel à un monde imaginaire.

Pour illustrer ce propos, considérons les exemples suivants:

Seules de petites embarcations peuvent accéder par un tunnel à cette “chambre”, paradis des plongeurs et des photographes.

(Le guide *Gallimard*, p. 221)

La “rose du Nord” symbolise, pour beaucoup de ses admirations, la quintessence de la beauté, une sorte de shangri-la (paradis) où l’air est plus pur, les fruits plus doux, les filles plus belles, les temples plus gracieux...

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 172)

Ce paradis des amoureux des oiseaux fait partie d’une réserve interdite à la chasse couvrant 457 km².

(Le guide, *Michelin*, p. 203)

Cirque agréable, mais sans intérêt pour la baignade à cause des coraux. En revanche, c’est un paradis pour le snorkeling (plongée avec masque, palmes et tuba).

(Le guide *Routard*, p. 385)

⁷³ Marcel Cressot, *Le style et ses techniques* (Paris: Presses Universitaires de France, 1947), p. 71.

Selon les exemples plus hauts, le rédacteur-auteur compare le lieu touristique avec le mot “paradis”, c’est le “lieu de bonheur parfait séjour enchanteur”⁷⁴.

Enfin, il faut noter que pour convaincre le lecteur, le rédacteur-auteur a le recours au sens figuratif axé sur le terme “paradis” le plus efficace pour valoriser le lieu touristique où le lecteur peut jouir sans soucis, car le lieu est plein de choses favorables.

1.2.5.3 Argumentation par les injonctions

Il s’agit du moyen de donner des conseils par rapport à la forme impérative, l’infinitif et d’autres expressions qui ont le trait injonctif. Comme l’explique M.-P. Schmitt et A. Viala, “pour persuader, l’une des formes d’argument les plus simples est celle de l’ordre (ou de l’injonction) et du conseil. L’impérative ou les constructions syntaxiques qui lui sont parfois équivalentes (subjunctif, infinitif...) sont aussi employés pour orienter l’action du destinataire.”⁷⁵

Dans cette optique, ce type d’argumentation est le plus fréquemment employé dans la partie des renseignements pratiques ou des itinéraires proposés par le rédacteur-auteur. Signalons que le type argumentatif a une base informative et / ou descriptive, alors ici, c’est une considération portée sur le type argumentatif.

⁷⁴ *Le Petit Nouveau Robert* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 1775.

⁷⁵ M.-P. Schmitt et A. Viala, *Savoir-Lire* (Paris: Didier, 1982), p. 86.

Prenons en considération les exemples ci-dessous:

Prenez une journée pour découvrir Lampang et ses environs, au sud de Chiangmaï. Flânez autour de son vieux marché et prenez une carriole à chevaux pour vous promener le long de la rivière. Visitez le *wat* Phra Keo Don Tao, où se mêlent les influences architecturales thaï et birmane.

(Le guide *Gallimard*, p. 322-323)

Cet exemple tiré de l'itinéraire "la Thaïlande en dix jours". Nous trouvons que l'argumentation est axée sur la forme des impératifs précisant le programme de visiter la Thaïlande. Le rédacteur-auteur donne des conseils en faisant participer le lecteur, alors il utilise l'impératif-argumentatif pour inciter le lecteur à aller visiter la Thaïlande.

1.2.5.4 Argumentation par le raisonnement

C'est un moyen de donner des raisons liées à des données et à la conclusion tantôt explicite, tantôt implicite. Ce type d'argumentation vise à convaincre le lecteur. C'est-à-dire qu'il n'y a qu'une conclusion liée à des données. Alors, pour passer des données à la conclusion, le rédacteur-auteur introduit des données portées sur l'importance et la prospérité d'un lieu touristique qui sont considérées comme "dérivées de la valeur argumentative."⁷⁶

⁷⁶ Cité dans Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 103.

Voici un exemple qui montre la valeur argumentative des données:

Chantaburi

C'est une petite ville à l'embouchure d'une rivière, entourée de vergers aux arbres chargés de fruits tropicaux, de plantations de cannes à sucre et de poivriers. Il s'y trouve, comme partout en Thaïlande, de nombreux commerçants d'origine chinoise, mais, fait plus rare, il y a aussi une communauté catholique vietnamienne. La prospérité certaine de la ville est due, pour une large part, au commerce des pierres précieuses dont on peut visiter une mine à proximité: Phu Khao Ploi.

(Le guide *M.A.*, p. 198)

Le rédacteur-auteur nous représente l'importance commerciale et la prospérité d'une ville Chantaburi telles que des fruits tropicaux, les plantations de cannes à sucre, de poivriers et le commerce des pierres précieuses en persuadant à visiter Chantaburi.

Pour clarifier l'enchaînement d'arguments, regardons le "schéma simplifié d'arguments de base"⁷⁷ qui correspond à l'explication plus haute:

⁷⁷

Nous suivons le schéma de Jean-Michel Adam qui simplifie l'enchaînement d'arguments.

Données (Prémisses)	Conclusion
-une petite ville à l'embouchure d'une rivière, entourée de vergers aux arbres chargés de fruits tropicaux, de plantations de cannes à sucre et de poivriers. -une communauté catholique vietnamienne. -le commerce des pierres précieuses	(Aller visiter Chantaburi)

Pour passer des données à la conclusion, le rédacteur-auteur utilise la démarche descriptive pour prendre appui sur une conclusion "Aller visiter Chantaburi".

Reprenons l'exemple suivant:

Saï Yok Yaï

Très belle balade par la rivière. En s'approchant de la frontière birmane, la jungle se fait plus dense: bambous géants, kapokiers, orchidées et papillons multicolores. Des Mòns, minorité ethnique implantée surtout au Myanmar, se sont réfugiés dans la région et présentent leurs danses dans les hôtels. On peut visiter certains de leurs villages (voir au River Kwai Jungle Raft). L'excursion aux chutes de Saï Yok Yaï et à la grotte de Kaeng Lawa (rive gauche) est particulièrement prisée des Thaïs, amoureux de la nature grandiose.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 142)

Cette séquence prend appui sur des données argumentatives telles qu' "une très belle balade par la rivière, la jungle, des Mòns, la minorité

ethnique présentant leurs danses dans les hôtels et leurs villages, l'excursion aux chutes de Saï Yok Yaï et à la grotte de Kaeng Lawa". Le rédacteur-auteur nous montre les attraits touristiques en incitant à visiter Saï Yok Yaï.

Considérons le schéma ci-dessous:

Données (Prémisses)	Conclusion
<ul style="list-style-type: none"> -Très belle balade par la rivière -la jungle -Des Mõns, minorité ethnique présentent leurs danses dans les hôtels -Les villages des mõns -les chutes de Saï Yok Yaï et la grotte de Kaeng Lawa 	<p>Aller visiter Saï Yok Yaï</p>

Cinq attraits sont proposés par le rédacteur-auteur. Ils sont considérés comme des données informatives qui permettent d'aboutir à la conclusion "Alors faire la visite de Saï Yok Yaï".

Comme nous avons parlé plus haut des procédés de l'argumentation, nous pouvons dire que les exemples cités expriment une structure descriptive-argumentative, il s'agit de donner la description en argumentant comme le fait d'enchaînement que l'apparition du fait argumentatif est dominante. Le rédacteur-auteur essaie de persuader le lecteur à visiter un lieu touristique par des stratégies à l'aide du type descriptif tels que l'emploi des adjectifs positifs, des superlatifs. Le procédé descriptif-argumentatif mène à la conclusion explicite ou implicite: aller visiter un lieu proposé par le rédacteur-auteur. Pour atteindre la visée argumentative, celui-ci entraîne l'adhésion de son lecteur par la représentation des attraits touristiques dans le monde réel, comme le dit Jean-Michel Adam: "quand on parle, on fait allusion à un

“monde” (“réel” ou fictif, présenté comme tel ou non), on construit une représentation: c’est la fonction descriptive de la langue. Mais on parle souvent en cherchant à faire partager à un interlocuteur des opinions ou des représentations relatives à un thème donné, en cherchant à provoquer ou accroître l’adhésion d’un auditeur ou d’un auditoire plus vaste aux thèses qu’on présente à son assentiment.”⁷⁸

Au terme du premier chapitre, nous pouvons conclure que les types de texte des guides de voyage sont hétérogènes. Les guides composent de plusieurs types de textes, par exemple, le type informatif, narratif, injonctif, descriptif, et argumentatif. Ce dernier joue un rôle important pour la visée illocutoire, à savoir inciter le lecteur au voyage. Ainsi, pour augmenter la force illocutoire, le rédacteur-auteur a recours au type informatif comme le point de départ qui passe à la description et enfin à l’argumentation, pour influencer le lecteur et le conduire à la conclusion finale: “visiter la Thaïlande.”

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁷⁸ Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 103.

Chapitre II

Intertextes interne et externe du domaine touristique

Ce chapitre correspond à une analyse des différentes énonciations existant dans le guide de voyage. Il s'agit des paroles de "l'autre" qui sont introduites dans la parole du rédacteur-auteur du guide de voyage. Ce travail est axé sur les citations concernant l'usage de discours rapportés qui marquent la parole de "l'autre" dans sa propre parole d'une part, et d'autre part, le jeu d'un discours qui paraît venu d'ailleurs, mais se présentant sous formation discursive comme allant de soi, sans aucune marque énonciative. La relation de ces deux faits est considérée comme une reprise de "l'autre texte" dans son texte actuel, ce que Julia Kristeva appelle l'"intertexte".¹

Avant d'aborder l'analyse de la coprésence des différents textes des guides de voyage, il nous semble important de cerner la notion et la définition de l'intertexte par rapport à notre travail. Le guide de voyage renvoie à un grand nombre de connaissances d'une vaste variété, comme nous avons étudié dans le chapitre I, par exemple, dans la partie de présentation du pays, on donne des informations liées à la géographie, à l'histoire, à la religion, etc. Comme le dit Jean Baffie, le guide de voyage est considéré comme "une parole totalitaire. Les guides de Thaïlande disent tout ou du moins toutes les informations utiles à votre séjour en Thaïlande."² Nous trouvons ainsi que tous les guides de voyage donnent

¹ Tiphaine Samoyault, *L'intertexte*, (Paris: Nathan, 2002), p. 9.

² Jean Baffie, Voyage à travers les guides, les guides de voyage de langue française sur la Thaïlande, *Inter-monde*, revue de l'université Ramkhamhaeng, vol.1, No.1, décembre 1988, p. 103.

toutes les informations sur la Thaïlande. Le guide *M.A.* donne des informations pratiques ainsi qu’ “une connaissance plus approfondie du pays”³ et le guide *Blues Évasion* donne des informations générales sur le pays, “toutes les informations nécessaires à la préparation et à l’organisation”⁴ d’un séjour et “tout ce qu’il faut savoir sur place: de la cuisine aux transports intérieurs en passant par l’hébergement, les usages ou les sports.”⁵ Dans cette optique, il est évident que le discours des guides de voyage se construit par différents types de paroles qui ont des relations réciproques, pour obtenir un texte complet.

Nous voulons emprunter les notions fondamentales de l’intertextualité du domaine littéraire pour les adapter à notre étude, focalisant sur les traits intertextuels suivants:

“(…) tout texte se construit comme mosaïque de citations, tout texte est absorption et transformation d’un autre texte. À la place de la notion d’intersubjectivité s’installe celle d’intertextualité, et le langage poétique se lit, au moins, comme double.”⁶

Julia Kristeva, “Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman”, *Critique*, avril 1976.

³ Marc Villette, *Thaïlande*, guide M.A. (Paris: M.A., 1987), p. 9.

⁴ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Blues Évasion (Paris: Hachette, 1999), p. 7.

⁵ Ibid, p. 7.

⁶ Citées par Pierre Lambion. *La notion d’intertextualité* (en ligne). Disponible dans: <http://expositions.bnf.fr/contes/pedago/chaperon/intertexte.htm>(2002, octobre 7)

“Tout texte est un intertexte; d’autres textes sont présents en lui, à des niveaux variables, sous des formes plus ou moins reconnaissables: les textes de la culture antérieure et ceux de la culture environnante; tout texte est un tissu nouveau de citations révolues. (...) L’intertexte est un champ général de formules anonymes, dont l’origine est rarement repérable, de citations inconscientes ou automatiques, données dans guillemets.”⁷

Roland Barthes, article “Théorie du texte”,
Encyclopédia universalis, 1973.

“L’intertextualité est la perception par le lecteur de rapports entre une oeuvre et d’autres, qui l’ont précédée ou suivie. Ces autres oeuvres constituent l’intertexte de la première.”⁸

Michaël Riffaterre, “La trace de l’intertexte”,
La Pensée, n° 215, octobre 1980.

“Je définis (l’intertextualité), pour ma part, de manière sans doute restrictive, par une relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes, c’est-à-dire (...) par la présence effective d’un texte dans un autre.”⁹

Gérard Genette, *Palimpsestes*, 1982.

Par les définitions ci-dessus, nous trouvons que ces notions peuvent être appliquées pour la description de la coprésence des différents textes existant dans le discours des guides de voyage. Le texte étudié est en

⁷ Ibid., p. 1.

⁸ Ibid., p. 1.

⁹ Ibid., p. 1.

effet hétérogène comme nous avons expliqué plus haut. Il se compose toujours de plusieurs textes ou de plusieurs voix différentes. Comme le définit Mikhaïl Bakhtine, “le caractère le plus important de l’énoncé, ou en tout cas le plus ignoré, est son *dialogisme*, c’est-à-dire sa dimension intertextuelle (...). Intentionnelle ou non, chaque discours entre en dialogue avec les discours antérieurs tenus sur le même objet, ainsi qu’avec les discours à venir dont il pressent et prévient les réactions.”¹⁰

Dans le domaine littéraire, c’est Julia Kristeva qui introduit officiellement la notion d’intertextualité concernant la présence d’un texte dans un autre texte. Cette notion est aussi introduite dans celle de l’analyse du discours non-littéraire. L’intertextualité est “à la fois une propriété constitutive de tout texte et l’ensemble des relations explicites ou implicites qu’un texte ou un groupe de textes déterminé entretient avec d’autres textes. Dans la première acception, il est une variante d’interdiscursivité.”¹¹

Quant au domaine discursif, Jacqueline Authier-Revuz qui travaille sur une approche de l’autre dans le discours, constate également la présence de discours de “l’autre” dans un discours. Elle divise la manière d’insérer le discours de l’autre en deux types: *l’hétérogénéité montrée* et *l’hétérogénéité constitutive*. Voici la définition de l’hétérogénéité montrée: “l’hétérogénéité montrée correspond à la présence localisable d’un discours autre dans le fil du texte. On distingue entre les formes marquées de cette hétérogénéité et ses formes non-marquées (...) Les formes marquées, en revanche, sont signalées de manière univoque; il

¹⁰ Cité par Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette F.L.E., 1990), p. 84.

¹¹ *Dictionnaire d’analyse du discours* (Paris: Seuil, 2002), p. 327.

peut s'agir de discours direct ou indirect, de guillemets, (...)”¹² Et la définition de l'hétérogénéité constitutive est: “quand le discours est dominé par l'interdiscours, on parle d'hétérogénéité constitutive: le discours n'est pas seulement un espace où viendrait s'introduire de l'extérieur le discours autre, il se constitue à travers un débat avec l'altérité, indépendamment de toute trace visible de citation, allusion, etc. Cette thèse prend diverses figures selon les auteurs. Ainsi, chez Bakhtine, l'affirmation d'un dialogisme généralisé: les mots sont toujours les mots des autres, le discours est tissé des discours d'autrui. (...) J. Authier-Revuz (1982) se réfère, quant à elle, à la psychanalyse lacanienne: le sujet est irréductiblement clivé, divisé par inconscient, mais il vit dans l'illusion nécessaire de l'autonomie de sa conscience et de son discours. (...)”¹³

Selon la notion de Jacqueline Authier-Revuz, nous constatons que le discours des guides de voyage a les traits de l'hétérogénéité montrée par la présence des citations et de l'hétérogénéité constitutive par l'insertion sans marques typographiques des textes géographique, historique, religieux, gastronomique, etc. Le discours des guides de voyage, composé d'un grand nombre de discours autres, pourrait être pris dans le même cadre de situation communicative.

Ainsi nous proposons, d'abord, en première partie, les différents types de discours rapporté attestés, et la seconde partie sera ensuite consacrée à l'étude de la mise en texte des paroles non déclarées de

¹² Ibid., (Paris: Seuil, 2002), p. 293.

¹³ Ibid., p. 293.

l'autre, paraissant comme si on les empruntait à l'autre pour la formation discursive.

2.1 Intertexte interne du domaine touristique: citations

En général, nous avons tendance à considérer qu'un discours s'exprime toujours comme une structure homogène, c'est-à-dire qu'il a du même énonciateur dans la même situation de communication. En réalité, le discours est intégré par le discours de l'autre dans lequel il apparaît, d'une façon explicite ou implicite. "Seul l'Adam mythique abordant avec sa première parole un monde pas encore mis en question aurait pu échapper à l'orientation dialogique inévitable avec le déjà-dit de la parole d'autrui",¹⁴ dit Jacqueline-Authier-Revuz. Dans cette optique, il s'agit de l'hétérogénéité montrée de forme marquée, tel le discours direct et indirect. La présence de l'autre est explicite dans le fil du discours, marquée par les signes typographiques.

Jacqueline Authier-Revuz, A. Banfield et J. Rey-Debove donnent la définition du discours direct et indirect comme suit: "dans le fil du discours que produit, de fait, matériellement, un locuteur unique, un certain nombre de formes linguistiques appréhendables au niveau de la phrase ou du discours inscrivent, dans la linéarité, de l'autre. C'est *l'autre* du discours rapporté: les formes syntaxiques du discours indirect et du discours direct désignent de façon univoque, dans le cadre de la phrase, un autre acte d'énonciation. Dans le discours indirect, le locuteur se donne comme traducteur: faisant usage de ses propres mots, il renvoie

¹⁴ Jacqueline Authier-Revuz, "Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l'autre dans le discours", *DRLAV, revue de linguistique*, no. 26 (1982): 112.

à un autre comme source du *sens* des propos qu'il rapporte. Dans le discours direct, ce sont les mots mêmes de l'autre qui occupent le temps ou l'espace, clairement découpé dans la phrase, de la citation, le locuteur s'y donnant comme simple *porte-parole*. Sous ces deux modalités différentes, le locuteur fait place explicitement dans son discours au discours d'un autre."¹⁵

Dans les guides de voyage étudiés, nous observons que les rédacteurs-auteurs introduisent le discours de "l'autre" dans leur discours. Il s'agit d'un échange entre de nombreux morceaux d'énoncés différents qui montrent la présence du discours de "l'autre".

À propos des formes du discours rapporté, nous avons deux formes distinguées, la forme simple (le discours direct et le discours indirect) et la forme hybride (la modalisation en discours second et l'îlot énonciatif).

2.1.1 Discours direct

Le discours direct "relève du fonctionnement autonome: le rapporteur y fait mention des mots mêmes employés par l'énonciateur cité ou plutôt il présente son énoncé comme tel."¹⁶ Il s'agit dans le discours direct des deux actes discursifs se trouvant séparés: le discours du locuteur rapporteur et le discours du locuteur d'origine.

Le discours direct est marqué, dans les cinq guides de voyage, par l'utilisation d'un nombre de verbes introducteurs de: *dire, décrire, conclure et écrire*. Les répétitions des mêmes verbes sont fréquentes, tels

¹⁵ Ibid., p. 92.

¹⁶ Cité dans *Dictionnaire d'analyse du discours* (Paris: Seuil, 2002), p. 191.

que, “Pallegoix nous dit”, “disait Simon de La Loubère”, “c’est ainsi que Somerset Maugham décrivait”, “Ainsi décrit le personnage Maurice Garçon”, “concluent les *Mémoires* de Saint Hilaire”, “conclut l’évêque”, “écrivait P.A. Thompson”, et “L’anglaise Anna Leonowens écrivait”.

Les guides de voyage sont des oeuvres écrites, nous pouvons donc distinguer dans le fil du discours les traces des paroles de l’autre par les signes de ponctuation suivants: deux points (:) et guillemets (“...”). Selon l’expression de Jacqueline Authier-Revuz, les mots guillemetés sont des “paroles tenues à distance”, c’est-à-dire des paroles vraiment “tenues” par le locuteur au sens où l’on “tient à distance”.¹⁷ De plus, les paroles sont directement rapportées, reproduites les paroles elles-mêmes. C’est-à-dire que le rédacteur-auteur rapporte la parole originelle exprimée de façon explicite par les deux points avec les guillemets.

Nous allons analyser la présence de l’autre dans le discours à travers des citations du rédacteur-auteur des guides de voyage. Nous avons choisi de fonder notre analyse sur la définition par Jacqueline Authier-Revuz de *l’hétérogénéité montrée* dont nous avons parlé plus haut. Il s’agit de la description du discours direct exprimant la forme montrée ou explicite.

Le rédacteur-auteur du guide de voyage emploie des citations en discours direct de manière à ne pas être responsable de ce qu’il met dans son discours. Le discours direct se distingue par la prise des paroles de l’autre dans son propre discours visant à authentifier: ce sont les paroles

¹⁷ Cité par Georges-Elia Sarfati, *Éléments d’analyse du discours* (Paris: Nathan, 1997), p. 67.

dites par le locuteur concerné même. Bakhtine nomme ces phénomènes “bivocaux ou dialogiques”.

De fait, l'ensemble de nos textes est assorti de citations sous forme de discours direct qui présente la voix de l'autre. Cette voix exprime celui qui parle ou un locuteur dont le rôle est important pour une analyse du discours. C'est parce que nous pouvons trouver l'origine des paroles de l'autre par rapport à la manière de citer du déjà-dit dont le but vise à convaincre le lecteur. Nous allons donc présenter les différents types de locuteurs du discours direct, leurs rôles et enfin les valeurs des citations.

2.1.1.1 Locuteurs originels du discours direct

Dans les guides de voyage, les citations sous forme de discours direct sont reprises par le locuteur rapporteur ou le rédacteur-auteur. Celui-ci rapporte des énoncés de personnages historiques qui énoncent une histoire ou un événement dans un moment déterminé et dans un lieu où il est présent. Quand le rédacteur-auteur du guide cite les paroles d'origine, il vise à faire croire au lecteur l'authenticité de la parole puisque ces paroles donnent une véritable réflexion sur la mémoire marquant une preuve historique qui traverse du passé à un temps actuel par la réécriture. Dans cette perspective, le choix de discours de personnages historiques bien connus est un moyen influençant la croyance du lecteur, alors il cite ces paroles pour valider son discours.

Ainsi, nous distinguons deux types de locuteurs qui permettent de construire le rôle social le plus acceptable.

2.1.1.1.1 Locuteurs-témoins

Ce sont des personnes qui ont vécu du XVI^e au XVIII^e siècle. Ces personnes ont vécu dans les événements historiques où le Siam entretient des relations diplomatiques avec les étrangers surtout pendant le règne du roi Narai (1656-1688), de Rama II (1809-1824), et de Rama IV (1851-1868), par exemple: l'abbé de Choisy, Guy Tachard, Simon de La Loubère, le chevalier de Chaumont, Mgr. Pallegoix et Anna Leonowens. Le rédacteur-auteur du guide de voyage rapporte leurs propres paroles pour nous montrer la citation-preuve exprimant la précision et la vérité. C'est-à-dire qu'il ne veut pas trahir les paroles originelles. Alors, il cite les paroles des personnages historiques réels qui peuvent authentifier son propre discours.

Voyons la liste des locuteurs-témoins du discours direct:

“Abbé de Choisy, prêtre français, il partit pour le Siam avec la première ambassade française en 1685 en qualité d'adjoint au chevalier de Chaumont. Son oeuvre bien connue est le *Journal du voyage de Siam*, fait en 1685 et 1686.”¹⁸

“Chevalier de Chaumont avait, entre autres, pour mission de convertir le roi Narai au christianisme. Dans le récit de son voyage, il consacre une place importante à la religion et aux croyances des Siamois. Son oeuvre est la *Relation de l'ambassade de M. Le Chevalier de Chaumont à la cour du roi de Siam*, parue en 1687.”¹⁹

¹⁸ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 118.

¹⁹ Ibid., p. 119.

“Guy Tachard (1651-1712), prêtre français, faisait partie de la première ambassade du chevalier de Chaumont en 1685. Il a écrit le *Voyage de Siam des pères jésuites*, paru en 1688.”²⁰

“Père Bouvet et les autres membres de l’ambassade du chevalier de Chaumont se trouvent dans la ville de Louvo (Lopburi) lorsqu’ils découvrent les éléphants, symboles royaux du Siam. Dans *son Voyage de Siam*, publié à Paris en 1685, il décrit avec soin ces imposants animaux qui surprisent de nombreux voyageurs occidentaux.”²¹

“Simon La Loubère a dirigé la seconde mission des ambassades françaises à Ayutthaya en 1687. Son livre, *Du Royaume de Siam*, est considéré comme l’un des ouvrages de référence sur la vie et la culture siamoises du XVII^e siècle.”²²

John Crawford, en 1822, a rétabli une relation diplomatique avec le Siam. “Après l’assassinat de Phaulkon et l’expulsion des Français hors d’Ayutthaya, le Siam resta plongé dans un isolement presque total pendant près de cent cinquante ans. Les Occidentaux tentèrent à plusieurs reprises de renouer les liens. Ainsi, une ambassade britannique, dirigée par John Crawford, fut envoyée à la cour de Rama II en 1822. Il a écrit le *Journal de l’ambassade du Gouverneur Général des Indes à la cour du Siam et de Cochinchine*, paru en 1828.”²³

²⁰ Ibid., p. 118.

²¹ Ibid., p. 116.

²² Ibid., p. 119.

²³ Ibid., p. 122.

“Anna Leonowens arriva à Bangkok en 1862 pour enseigner l’anglais aux femmes et aux enfants de Rama IV. Elle a rassemblé ses expériences dans deux livres, *La Gouvernante anglaise à la cour du Siam* et *La Romance du harem* qui servirent plus tard de trame à la célèbre comédie musicale *Le Roi et moi*, parus en 1870.”²⁴

“Mgr. Pallegoix fut l’ami du souverain du Siam Rama IV. Il avait rencontré le futur roi lorsque celui-ci était encore bonze. Il servit par la suite d’intermédiaire et de conseiller entre le ministère des Affaires étrangères français et le roi du Siam. Son oeuvre, *Description du royaume thaï ou Siam*, parue en 1854.”²⁵

“Malcom Smith fut médecin anglais de l’épouse en titre de Rama V. Il a décrit dans son oeuvre “Five Years in Siam, from 1891-1896” le palais intérieur dans lequel il avait travaillé.”²⁶

Selon les noms des personnages cités plus haut, nous trouvons que tous les auteurs mentionnés sont chargés d’une mission diplomatique. Évidemment, ils ont visité le Siam en y restant longtemps et ils sont considérés comme les locuteurs-témoins qui attestent une vérité par leur existence et par leurs paroles.

2.1.1.1.2 Locuteurs-professionnels

Nous distinguons deux groupes des locuteurs-professionnels, les premiers sont des écrivains et peintres étrangers qui ont visité le Siam en

²⁴ Ibid., p. 122.

²⁵ Ibid., p. 120.

²⁶ Ibid, p. 145.

tant que voyageurs, et les seconds sont des écrivains ou poètes thaïs qui décrivent les attraits de leur pays natal.

Voyons la liste des locuteurs-professionnels:

“Carl Alfred Bock (1849-1932), naturaliste norvégien de l'école positiviste, fut un explorateur enthousiaste et occupa une place importante parmi les Européens qui visitèrent l'Asie du Sud-Est à la fin du XIX^e siècle. Son oeuvre est *Voyage de Bangkok à Xien-Sen*, parue en 1883.”²⁷

“George Winsor Earl décrit l'événement du milieu du XIX^e siècle de la ville Pattani où les Siamois rattachèrent alors la ville à leur royaume et envoyèrent ses habitants à Bangkok pour en faire des esclaves. Son oeuvre est *Les mers orientales*, publiée en 1837.”²⁸

“Joseph Conrad (1857-1924) arriva en Thaïlande en 1888 sous véritable nom, Jozef Teodor Konrad Korzeniowski. Il était alors marin et devait prendre le commandement d'un navire, l'Otago. Dans *La Ligne d'ombre*, il décrit son arrivée à Bangkok.”²⁹

“William Somerset Maugham est romancier et dramaturge britannique (Paris 1874-Saint-Jean-Cap-Ferrat 1965). Orphelin à dix ans, il dut quitter la France pour étudier à Canterbury, à Heidelberg, puis à Londres où il devint médecin. Mais il était attiré par la carrière littéraire. Son oeuvre

²⁷ Ibid., p. 120.

²⁸ Ibid., p. 117.

²⁹ Ibid., p. 124.

est “*Un gentleman en Asie : voyage de Rangoon à Haiphong*, parue en 1993.”³⁰

“Reginald Le May fit partie de la légation britannique envoyé à Bangkok, avant d’être nommé vice-consul dans le Nord. Plus tard, il devint conseiller du gouvernement siamois. Une *Arcadie asiatique* présente la Thaïlande et rend compte du voyage de plus d’un millier de kilomètres que son auteur entreprit à dos d’éléphant en 1914. Son oeuvre est *Une Arcadie Asiatique*, parue en 1986.”³¹

“Paul Morand (1888-1976) est romancier de la vie moderne, chroniqueur des années vingt, il fut également cet inlassable voyageur qui en quelques mots, quelques traits sûrs et nets, dessine un pays, une ville, restitue une atmosphère. Au Siam, il rencontre, écrit-il, “les derniers traits d’une Asie qui n’existe plus ni aux Indes, ni en Chine, ni en Indo-Chine”. Son oeuvre est *Rien que la Terre*, parue en 1926.”³²

Maurice Garçon (1889-1967) est écrivain et avocat français. “Fils d’un juriste renommé, il se destina au barreau où il acquit une grande réputation en assumant la défense dans des procès littéraires et criminels.”³³

“Paul Bowles, écrivain mais aussi compositeur, il (né en 1910) fait partie de cette génération d’Américains qui, dans les années 1920, sont partis un

³⁰ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guide Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1999), p. 262.

³¹ Ibid., p. 120.

³² Ibid., p.126.

³³ *Dictionnaire Le petit Robert des noms propres* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 805.

jour pour ne plus revenir. Sur les conseils de Gertrude Stein, il découvre Tanger et le Sahara qui l'accueilleront à chaque retour de voyage. Ses pas le conduisent en Inde, à Ceylan et enfin à Bangkok. Son recueil de nouvelles *Réveillon à Tanger*, publié en 1981, permet au lecteur de saisir à travers des anecdotes à clés la curiosité avide de l'auteur pour toute culture étrangère. Son oeuvre est *Au Krungthep Plaza*, parue en 1987 et *Vous avez laissé vos graines de lotus dans le car*, parue en 1987.”³⁴

“Jean-Claude Guillebaud, grand reporter à Sud-Ouest puis au Monde, né en 1944, décide, en 1979, de quitter le rythme des événements pour devenir, l'espace d'un mois, un simple témoin du quotidien, de l'ordinaire. De Naples à Bangkok, il rapporte le récit terrible d'une autre vie, d'une vie comme nous ne la voyons jamais, ou si mal. Plus de dix ans après, la réalité a parfois changé, mais les mots violents de Guillebaud conservent leur puissance d'avertissement. Son oeuvre sur la Thaïlande est *Un voyage vers l'Asie*, parue en 1979.”³⁵

“Atsiri Thammachot. Né en 1947, il est originaire de Hua Hin, dans le sud de la Thaïlande. Tout comme Lao Khamhom, c'est dans la vie quotidienne des paysans et des pêcheurs qu'il puise les thèmes principaux de ses livres. Avec *la Maison du bord de mer*, il fait le récit des transformations d'un mode de vie traditionnel en voie de disparition.”³⁶

“Lao Khamhom est né en 1930 dans une famille de fermiers installés dans la province de Nakhorn Ratchasima. D'abord journaliste, une loi de censure sur la presse l'amène à devenir fonctionnaire de l'office des

³⁴ Ibid., p.p. 124-125.

³⁵ Ibid., p. 127.

³⁶ Ibid., p. 128.

forêts dans le nord du pays. Puis, c'est comme fermier qu'il est revenu dans sa province natale. Son expérience personnelle dans le Nord-Est a inspiré la plupart de ses nouvelles."³⁷

“Nawarat Phongphayboon est l'un des plus grands poètes thaïlandais contemporains. Son oeuvre “Le chant de la Chao Phraya”, qui est un vaste hommage à son pays, a été récompensée en 1980 par le prix littéraire *S.E.A. Write*. La plupart de ses poèmes sont composés d'octosyllabes suivant la tradition thaï.”³⁸

D'après les listes des locuteurs ci-dessus, nous constatons que leurs paroles expriment leur identité portée par leur rôle social. C'est le jeu d'argumentation du rédacteur-auteur du guide de voyage qui cite les paroles de l'autre pour soutenir sa propre parole. D'ailleurs, selon les paroles des personnages historiques, nous remarquons que la plupart des citations sont tirées de récits de voyage ou journaux de voyage considérés comme un genre d'écrits touristiques. La trace du discours antécédent (le discours de l'autre) vient du récit de voyage ou du journal de voyage. En effet, le discours des guides de voyage se compose partiellement des discours extraits du récit de voyage ou du journal de voyage. Or, nous voyons que le discours de “l'autre” a lieu en période historique et que le discours du rédacteur-auteur se produit en période actuelle. Mais tous les deux peuvent être organisés en accord “dans la perspective d'une généalogie de ce discours comme genre dont la citation, aussi structurée qu'elle soit, n'est que l'une des espèces.”³⁹

³⁷ Ibid., p.127.

³⁸ Ibid., p. 123.

³⁹ Antoine Compagnon, *La seconde main ou le travail de la citation* (Paris: Seuil, 1979), p. 160.

2.1.1.2 Formes du discours direct

Dans le discours rapporté des guides de voyage, nous trouvons que le discours direct comporte deux formes suivantes:

2.1.1.2.1. Discours direct avec verbe introducteur

Il s'agit essentiellement des verbes introducteurs de parole. Ces verbes nous indiquent un acte d'énonciation. En fait, ils nous permettent de distinguer le discours de l'autre du discours de soi-même. Nous trouvons ainsi deux types de verbes qui introduisent le discours de l'autre. D'abord, ce sont des verbes utilisés comme à l'oral tels que "dire, décrire, indiquer, constater, croquer et déclarer". Ensuite, certains verbes peuvent aussi apporter des informations qui contiennent indirectement la manière dont le lecteur (récepteur) interprétera le discours cité comme des verbes, "écrire, et noter" qui marquent l'écriture.

Voyons les exemples suivants:

"Ainsi, Levantin d'origine, devenu Anglais et converti à la religion anglicane par commodité, catholique sous la direction d'un jésuite, Portugais par politique, Siamois par accident, marié à une Japonaise par hasard, Phaulkon devint français de coeur par nécessité et résolut de faire du Siam, qui l'avait imprudemment accueilli, une colonie pour Louis XIV." Ainsi décrit le personnage Maurice Garçon, dans son introduction au *Journal du Voyage de Siam de l'abbé de Choisy*.

(Le guide *M.A.*, p.p. 36-37)

“Un des plus étonnants de ces aventuriers qui ont fait de l’Orient le théâtre de leurs exploits”, c’est ainsi que Somerset Maugham décrivait Constantin Phaulkon.

(Le guide *Gallimard*, p. 249)

“Levantins d’origine, devenu anglais et converti à la religion anglicane par commodité, catholique sous la direction d’un jésuite, portugais par politique, siamois par accident, marié à une Japonaise par hasard, Constance Phaulkon devint français de cœur par nécessité et résolu de faire du Siam qui l’avait imprudemment accueilli, une colonie pour Louis XIV”. Ainsi croqué par Maurice Garçon, le sieur Phaulcon exhale une légère odeur de soufre.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 68)

Mais les Thaï fument la Marijuana, le chanvre dont Pallegoix nous dit: “Cette plante a des effets un peu semblables à ceux de l’opium, car elle enivre et donne des rêves fantastiques; on dit que c’est l’impossibilité d’avoir de l’opium qui fait recourir ces gens-là aux feuilles de chanvre, lesquelles, heureusement, n’ont pas des résultats aussi mauvais.”

(Le guide *M.A.*, p. 49)

“Ils sont à peine vêtus”, disait Simon de La Loubère des Thaïlandais rencontrés à Ayutthya au XVII^e siècle, “ce qui prouve que la simplicité des mœurs autant que la chaleur est la cause de la nudité des Siamois.”

(Le guide *Gallimard*, p. 56)

Selon ces exemples, nous observons que les verbes introducteurs sont soit des verbes de paroles soit des verbes d'écriture qui marquent "l'attitude communicative du locuteur d'origine porté sur les rôles interlocutifs"⁴⁰ tels que, "dire, déclarer, décrire" et aux attitudes de l'écriture, par exemple, "écrire, noter, croquer". Ces verbes marquent des citations explicites qui indiquent les manières de prise de parole de l'autre.

2.1.1.2.2 Discours direct sans verbe introducteur

Normalement, le discours direct apparaît avec incise ou verbe introducteur. Mais dans le discours des guides de voyage, le discours direct peut apparaître sans verbe introducteur. Il s'agit de l'opération de collage, opposée de l'opération d'intégration. C'est-à-dire que "le texte principal n'intègre plus l'intertexte mais il pose à côté de lui."⁴¹ Dans ce cas, la parole de l'autre se trouve parfois au-dessus du texte, parfois à droite ou à gauche du texte. Ce moyen introduit la citation suivie du nom du locuteur d'origine ou de la référence de l'auteur dont la citation est issue. Le moyen de ce collage opère une séparation entre l'intertexte et le texte principal.

Nous relevons les exemples qui expriment l'opération de collage:

"Cette ornementation touffue de l'âme et du style, ce jeu capricieux des lignes et des couleurs, (...) sans rien de

⁴⁰ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l'expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 625.

⁴¹ Tiphaine Samoyault, *L'intertextualité* (Paris: Nathan, 2001), p. 46.

l'oppression étrange de l'Inde, de la sécheresse chinoise, c'est bien le Siam."

Paul Morand

(Le guide *Gallimard*, p. 275)

Selon l'exemple ci-dessus, la parole de l'autre est hors du texte principal. Il se trouve au dessus du cadre de texte principal. Seul, le nom du locuteur d'origine "Paul Morand" est précisé au dessous la citation montrée. Il n'y a ni le verbe introducteur ni les deux points. Nous pouvons seulement repérer la parole de l'autre par les guillemets. Ici, le rédacteur-auteur cite la parole de Paul Morand qui est "romancier de la vie moderne, chroniqueur des années vingt, il fut également cet inlassable voyageur qui en quelques mots, quelques traits sûrs et nets, dessine un pays, une ville, restitue une atmosphère."⁴² Ce romancier admire les traits uniques de l'art du Siam qui n'existe plus ni en Inde, ni en Chine. Cette citation est utilisée comme une estimation esthétique du pays qui fonctionne en tant qu'argument d'autorité.

Prenons une autre estimation:

"Nous sommes enfin arrivés au palais de Son Excellence, au milieu d'une foule incroyable de peuple: on ne voit que des têtes; la ville est assurément fort peuplée, mais ce n'est pas encore Paris. La cour de ce palais est grande et fort gaie. À droite est un grand lieu à colonnes qui est peint d'un jaune qui paraît or. Les murailles sont blanches, toutes peintes de niches où il y a des porcelaines; ce jaune, ce blanc et ce bleu

⁴² Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 126.

se marient fort bien ensemble. Il y aura dans deux jours une fontaine jaillissante (...). Voyez par là si ces gens oublient quelque chose!”

Abbé de Choisy, *Journal du voyage de Siam* (1685-1686)

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 159)

Également dans cet exemple, le verbe introducteur et les deux points sont supprimés. Il n’y a que les guillemets qui marquent la parole de l’autre. Le rédacteur-auteur du guide mentionne le nom du locuteur originel “Abbé de Choisy” et la référence de l’ouvrage au dessous de la citation. C’est une opération de collage que la citation est hors du texte majeur. Ici, le rédacteur-auteur cite la parole d’origine du prêtre français, tirée du *Journal du voyage de Siam*. Il parle de la modernité de la ville Lopburi. Cette parole est employée comme admiration et témoin historique de la relation diplomatique entre les deux pays afin de mieux étayer sa propre parole. Bien que cette citation soit hors du texte, elle est située à côté du texte majeur qui parle du site touristique “Lopburi”, connu pour les relations diplomatiques entre le Siam (le roi Narai) et la France (Louis XIV) au 17^e siècle. Dans ce site, il nous reste les traces historiques des édifices, construits par les missionnaires français.

Selon le corpus étudié, nous remarquons que la parole de l’autre peut être mentionnée en deux cas. Le premier cas, si le rédacteur veut citer la parole de l’autre à l’intérieur du texte majeur, il y a un verbe introducteur. Le deuxième, si le rédacteur-auteur veut citer la parole de l’autre à l’extérieur du texte majeur, le verbe introducteur est absent. Mais en tout cas, les guillemets marquent la parole de l’autre dans le discours au style direct.

2.1.2 Discours indirect

Le discours indirect est une parole rapportée se composant de proposition principale et de subordonnée complétive. Concernant la répétition discursive, le discours indirect tend à faire parler l'autre. Contrairement au discours direct, il constitue la forme littérale de paroles de l'autre. Comme l'indique Jacqueline Authier-Revuz, "le discours direct cite les mots d'un locuteur, tandis que le discours indirect traduit avec les mots du locuteur, ni l'un ni l'autre, en soi, ne parle avec les mots d'un autre."⁴³ C'est un aspect de la polyphonie de la parole. Plusieurs voix sont entreboîtées les unes des autres, elles peuvent se faire entendre dans une énonciation et c'est le cas, notamment dans le discours indirect.

Le rédacteur-auteur rapporte indirectement les paroles de l'autre dans une proposition subordonnée qui est précédée par le joncteur "que", par exemple, "la légende raconte que", "la tradition raconte que", "l'histoire raconte que", "on raconte que" et "on dit que". Remarquons que l'utilisation de ces expressions commence par un sujet indéfini. Ces sujets marquent l'irresponsabilité du locuteur-rapporteur qui ne précise pas le nom du locuteur originel. L'insertion du discours indirect n'est souvent qu'une petite histoire curieuse qui donne plaisir au lecteur.

2.1.2.1 Locuteurs du discours indirect

Le locuteur est celui qui présente la parole d'origine au cas où la parole d'origine subirait une transformation partielle ou totale. Cela dépend de la façon de rapporter du locuteur actuel. Le locuteur du

⁴³ Cité par Georges-Elia Sarfati, *Éléments d'analyse du discours* (Paris: Nathan, 1978), p. 68.

discours indirect dans le discours des guides de voyage se caractérise soit par le locuteur inanimé tels que la légende, la tradition, l’histoire, soit par le locuteur anonyme “on”. Nous distinguons deux types des locuteurs déterminés dans les guides de voyage.

2.1.2.1.1 Locuteurs-inanimés

Dans le discours des guides de voyage, le groupe des locuteurs du discours indirect en usage le plus fréquent est le verbe de parole (raconter, expliquer) à un sujet non-humain, par exemple, “la légende raconte que, l’histoire raconte que et la tradition raconte que”.

Selon *Le Petit Robert*, la définition du mot “légende” propose précisément les définitions suivantes: “récit populaire traditionnel, plus ou moins fabuleux, merveilleux” ou “une représentation (de faits ou de personnages réels) accréditées dans l’opinion, mais déformée ou amplifiée par l’imagination, la partialité.”⁴⁴

Nous pouvons dire que le mot “légende”, sujet inanimé, est considéré comme une personne. Le rédacteur-auteur emploie le terme en substitution métaphorique qui évoque une chose inanimée en passant du non-humain à l’humain. C’est une personnification qui représente le trait d’une personne. Au lieu de désigner un sujet parlant, le rédacteur-auteur emploie un sujet inanimé, par exemple, “l’histoire raconte que”, “la légende raconte que”, etc. Remarquons la liste des sujets inanimés dans les guides de voyage: “une légende siamoise, la légende, l’histoire et la tradition”.

⁴⁴ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires Le Petit Robert, 2000), p. 1424.

Prenons les exemples ci-dessous:

Tous les enfants, à cette saison chaude et sèche, font voler des cerfs-volants. L'origine de ce jeu remonte très loin, et l'on raconte qu'à l'époque d'Ayutthaya, un gouvernement de province mata une rébellion en 1690 en bombardant une ville du Nord-Est avec des jarres pleines de poudre, amenées par-dessus les remparts à l'aide de *chula* géants.

(Le guide *M.A.*, p. 103)

La légende raconte que sur le chemin du retour, un tamarinier qu'ils avaient vu mort sur la colline avait miraculeusement repris vie. Ils décidèrent d'y bâtir un *chédi* pour y enfermer les reliques entourées d'un trésor.

(Le guide *Michelin*, p. 153)

L'histoire raconte que les premiers rameurs furent entraînés à Ayutthaya, une cité lacustre, au début du XVII^e s. par le frère du roi Naresuan, dans le but d'avoir la maîtrise des voies d'eau. L'ambassade de Louis XIV eut droit à une démonstration de puissance orchestrée par le roi Narai, mettant en scène 150 rameurs actionnant des rames recouvertes d'or. L'abbé de Choisy, chroniqueur de l'ambassade française, en resta pantois.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 31)

La tradition raconte qu'il fut construit en expiration par un pauvre cultivateur de riz pour avoir tué sa mère, qui lui avait apporté trop peu de nourriture après une matinée de dur

labeur. Mais après son crime, malgré une faim dévorante, il ne put venir à bout de son repas.

(Le guide *Michelin*, p. 274)

D'après les exemples ci-dessus, le discours indirect est entamé par le locuteur inanimé en tant que récit imaginaire ou historique. Dans cette optique, le locuteur actuel (le rédacteur-auteur) ne précise pas le nom du locuteur originel. C'est seulement la citation, considérée comme accessoire, que le locuteur actuel ajoute dans sa propre parole afin d'attirer l'attention du lecteur.

2.1.2.1.2 Locuteurs-anonymes

Dans les guides de voyage, les locuteurs-anonymes sont marqués par l'emploi du pronom impersonnel sous la forme verbale "on dit que", "on raconte que". Comme Jacqueline Authier-Revuz dit, "en soi, *on* renvoie à *de l'humain* de façon radicalement indéterminée."⁴⁵ C'est-à-dire que le rédacteur-auteur ne précise pas le nom du locuteur. Il est alors difficile d'affirmer que les paroles rapportées sont précises ou fausses. Nous ne pouvons pas savoir d'où elles viennent. Cela indique que le rédacteur-auteur n'est pas sûr de ce qu'il rapporte dans son discours.

Dans cette optique, les paroles rapportées sont considérées comme une petite histoire tirée de l'écrit ou de l'oral de faits vrais ou imaginaires. Mais, le rédacteur-auteur en cite pour faire plaisir au lecteur. Ce n'est pas une affirmation ou une preuve de son propre discours, au contraire, ce

⁴⁵ Jacqueline Authier-Revuz, *Ces mots qui ne vont pas de soi, boucles réflexives et non-coïncidence du dire*, tome 1 (Paris: Larousse, 1995), p. 278.

n'est qu'une histoire curieuse ou un récit qui peut éveiller la curiosité du lecteur.

Considérons les exemples suivants:

On dit que le marché Pak Klong nourrit quotidiennement 8 à 10 millions de personnes.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 129)

On raconte qu'il devait être transporté à dos d'éléphant jusqu'à Chiangmaï en 1463. Mais l'animal s'arrêta à Lampang et refusa de continuer. La ville conserva donc la statuette jusqu'en 1468, année où le roi Tilokaraja la fit transférer à Chiangmaï. Le temple tire son nom d'un autre buddha, le Phra Keo Don Tao, qui se trouve de nos jours au *wat Phra That Lampang Luang*.

(Le guide *Gallimard*, p. 278)

Selon ces exemples, nous constatons que les locuteurs du discours indirect se caractérisent par le sujet imagé et le sujet anonyme. Le rédacteur-auteur ne souhaite pas être responsable des paroles citées et il vise à attirer l'attention du lecteur par de petites histoires. La manière d'insérer ces paroles marque le caractère distinctif du discours des guides de voyage, accompagné souvent de petites histoires curieuses en tant que supplément de l'histoire principale d'un site touristique.

2.1.2.2 Formes du discours indirect

La forme indirecte de tout type de discours des guides de voyage se caractérise par le joncteur “que”. De plus, nous voyons que les verbes introducteurs du discours indirect ne sont pas les mêmes que ceux qui introduisent le discours direct. Les verbes comme “raconter”, “dire” suivant le sujet inanimé indiquent des informations incertaines du discours cité. Nous ne connaissons pas la source des paroles d’origine. Mais ce sont seulement des paroles transmises par l’un ou l’autre ayant une relation orale ou écrite des faits. Dans cette optique, les paroles rapportées sont considérées comme une petite histoire tirée de l’écrit ou de l’oral de faits réels ou imaginaires. Mais, le rédacteur-auteur en cite pour but de faire plaisir au lecteur. Ce n’est pas une affirmation ou une preuve de son propre discours, au contraire, ce n’est qu’une petite histoire curieuse ou un récit qui peut éveiller de la curiosité du lecteur.

Nous distinguons les formes de discours indirect:

LOCUTEUR	VERBE INTRODUCTEUR	COMPLÉTIVE COMPLÉMENT D’OBJET
La légende La tradition L’histoire	raconte	que...
On	dit raconte	que...

Selon le schéma précédent, le discours indirect a une seule énonciation. Il s’agit d’interpréter des paroles originelles qui deviennent un complétif objet d’un verbe introducteur. De plus, nous remarquons

que le rédacteur-auteur cite les paroles de locuteurs anonymes et inanimés. Cela nous montre que le rédacteur-auteur est incertain pour présenter les paroles citées. C'est alors qu'il choisit d'employer le locuteur au sens métaphorique, au style indirect.

2.1.3 Modalisation en discours second

C'est un des trois moyens du discours rapporté qui montre également le non-engagement d'un énoncé du locuteur comme le discours direct et indirect. Ce moyen s'appuie sur un autre discours; nous parlons alors de "modalisation en discours second."⁴⁶

Dans les guides de voyage, l'emploi de modalisation en discours second se caractérise par les mots "selon", "d'après", ou "pour", suivi du sujet inanimé (la légende, l'anecdote) et l'expression d'incise "dit-on". Le rédacteur-auteur n'a pas besoin d'être responsable des paroles rapportées, il a donc choisi d'utiliser ces modalisateurs. Grâce à eux, le rédacteur-auteur des guides de voyage "peut dans le fil de son discours commenter sa propre parole."⁴⁷

Au lieu d'employer "X dit que", le rédacteur-auteur prend parole de l'autre par le modalisateur "selon X", "d'après X" ou "pour X" en lui laissant la responsabilité de son énoncé.

⁴⁶ Terme utilisé par Jacqueline Authier-Revuz, "Questions de discours rapporté", documentaires supplémentaires au Séminaire énonciation et représentation du langage, Paris III, Sorbonne Nouvelle, Paris, France, 14 mars 2002.

⁴⁷ Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication* (Paris: Nathan, 2000), p. 117.

La préposition “selon”, “pour” et la locution prépositionnelle “d’après” se distinguent par un changement de point de vue du rédacteur-auteur qui veut renvoyer à un autre acte d’énonciation. Ainsi dans les exemples suivants:

Cette statuette de 75 m de haut, en réalité en jade, a une origine mystérieuse. Elle fut découverte, dit-on, au XV^e siècle, dans un stupa que la foudre avait détruit et où elle avait été murée pour la protéger de la convoitise des envahisseurs birmanes.

(Le guide *M.A.*, p. 165)

Selon la légende, des reliques apportées à la cour du roi Ku Na (1355-1385) par le vénérable Sumana auraient été placées dans un *howdah* (palanquin) sur le dos d’un éléphant blanc libre de cheminer à sa guise. Il devait déterminer, par l’endroit sur lequel il jetterait son dévolu, le lieu où seraient conservées les reliques. L’animal sacré gravit le Doi Suthep et, à peu de distance du sommet, il s’arrêta et mourut aussitôt. Le Wat Phra That fut donc construit à l’endroit même et les reliques enchâssées dans un *chédi*.

(Le guide *Gallimard*, p. 272)

D’après la légende, le dieu hindou Rama tira une flèche dans le ciel, et, là où elle retomba, fonda une ville pour récompenser le singe Hanuman, son fidèle soldat. Hanuman utilisa sa queue pour construire les murs de la cité. Là où était tombée la flèche, la terre était devenue blanche. De fait,

l'argile locale est riche en alumine, utilisée pour la production de poudre cosmétique.

(Le guide *Michelin*, p. 164)

Pour l'anecdote, en 1995, lors d'un orage, la foudre est tombée sur la flèche de la pagode. Le lendemain, la presse dans son ensemble relatait cet événement qui, s'il en était encore besoin, établit clairement la preuve de la sainteté du Phra Pathom.

(Le guide *Routard*, p. 165)

Selon les exemples cités plus haut, nous remarquons que le temps dominant est le temps du récit, par exemple, le passé simple, l'imparfait, qui représentent le "registre temporel du récit"⁴⁸ concernant un fait imaginaire ou un événement passé. Cela affirme que la parole de l'autre provient du récit populaire ou traditionnel qui raconte des faits curieux ou particulier à l'aspect secondaire comme accessoire.

2.1.3.1 Locuteurs de la modalisation en discours second

Le locuteur de la modalisation en discours second se présente comme le locuteur au discours indirect, tel que le choix du mot "légende", "tradition", "anecdote" et "on". Ces expressions imagées fonctionnent comme étant locuteur d'un inanimé qui exprime des faits particuliers d'un lieu touristique sous forme de modalisation en discours seconde renvoyant un référent donné à un autre acte d'énonciation.

⁴⁸ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier, 1989), p. 126.

2.1.3.2 Forme de la modalisation en discours second

Dans ce cas, une préposition comme “selon”, “pour” et la locution prépositionnelle “d’après” indiquent les paroles de l’autre à la manière modale, suivies du signe de ponctuation (,) isolant du discours citant le discours cité. C’est-à-dire qu’elles donnent le cadre du discours cité.

Voyons le schéma suivant:

MODALISATION EN DISCOURS SECOND	
Selon	la légende
D’après	
Pour	l’anecdote

Selon le schéma plus haut, nous trouvons que la parole de l’autre se caractérise par l’usage de ces trois formes qui montrent la modalisation en discours second. Comme les distingue Jacqueline Authier-Revuz, les formes explicites qui marquent la modalisation en discours second sont “selon *l* (locuteur)”, “après *l*”, “pour *l*”, “*l* dixit”, “paraît-il”, “comme dirait *l*”, etc. Ces formes déterminent la structure de la parole de l’autre en tant que modalisation en discours second.⁴⁹

2.1.4 Îlot énonciatif: citation partielle

Sur ce point, nous empruntons la notion de Dominique Maingueneau qui explique la forme hybride du discours indirect comme

⁴⁹ Jacqueline Authier-Revuz, “Modalisation en discours second”, documents du séminaire “Champ de la représentation du discours autre”, Université Chulalongkorn, 29 juin 2000.

“îlot énonciatif.”⁵⁰ Cette notion est applicable à notre étude. Il s’agit d’un fragment ou de quelques mots cités que le rédacteur-auteur intègre à sa propre parole, uniquement par le niveau syntaxique. La seule façon d’identifier l’îlot énonciatif est la typographie: les guillemets ou l’italique. Opposé aux trois moyens précédents, “l’îlot énonciatif est une forme quelque peu *hybride*: même s’il s’agit globalement de discours indirect, ce dernier contient quelques mots attribués à l’énonciateur cité. Le fragment ainsi attribué à l’énonciateur du discours cité reçoit le nom d’îlot textuel ou d’îlot énonciatif.”⁵¹

Considérons le mode d’insertion d’un fragment cité dans le guide de voyage:

Les romanciers qui écrivent que “*dès leur plus jeune âge les Thaïlandaises sont élevées dans le culte de l’amour et de l’homme*” (de l’homme blanc, d’ailleurs, en général) se trompent. Les auteurs de guides qui indiquent “*Ici la prostitution est partout et nulle part, à croire que les Asiatiques sont faites pour ça*” vous trompent. Comme partout, c’est la misère qui pousse les femmes à se prostituer et parfois leurs parents à les vendre “*dès leur plus jeune âge*” en effet par l’intermédiaire de réseaux qui, après sélection, fournissent aussi bien les bordels de la capitale que les usines de la banlieue, voire les ateliers clandestins où travaillent des enfants dans des conditions scandaleuses.

(Le guide *M.A.*, p. 162)

⁵⁰ Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication* (Paris: Nathan, 2000), p. 129.

⁵¹ *Ibid.*, p. 129.

Les îlots énonciatifs sont marqués ici par les guillemets et également l'italique. Nous trouvons deux fragments insérés dans la phrase:

- *“dès leur plus jeune âge les Thaïlandaises sont élevées dans le culte de l'amour et de l'homme”*

- *“Ici la prostitution est partout et nulle part, à croire que les Asiatiques sont faites pour ça”*

Ces deux fragments sont considérés comme les îlots énonciatifs. Dans ce type de discours rapporté, “l'îlot est parfaitement intégré à la syntaxe : c'est uniquement la typographie qui permet de voir qu'il n'est pas pris en charge par le rapporteur.”⁵²

2.1.4.1 Locuteurs de l'îlot énonciatif

L'apparition du locuteur de l'îlot énonciatif est comme celle du discours indirect. Il s'agit notamment de l'emploi de la troisième personne qui ne marque pas un individu particulier. D'après Dominique Maingueneau, le locuteur de l'îlot énonciatif est considéré comme “l'énonciateur générique qui est le représentant d'un ensemble”⁵³ tel que les romanciers, les auteurs des guides. Ces “locuteurs”⁵⁴ possèdent le

⁵² Ibid., p. 129.

⁵³ Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication* (Paris: Nathan, 2000), p. 124.

⁵⁴ Dans les œuvres de Dominique Maingueneau, il préfère employer le mot “énonciateur”. Mais pour notre travail, nous utilisons le mot “locuteur” à la place de l'énonciateur. Cependant les deux termes ont le même sens dans ce cas.

fragment originel intégré dans la parole du rédacteur-auteur au niveau syntaxique.

2.1.4.2 Forme de l'îlot énonciatif

Nous apercevons que le fragment cité est intégré syntaxiquement dans la parole du rédacteur-auteur. Seuls les guillemets ou les italiques nous permettent de distinguer le fragment originel de l'autre et celui du rédacteur-auteur (voyons l'exemple précédent). Le rédacteur-auteur en utilise pour introduire à présenter son commentaire: il laisse entendre deux voix du discours présent (une même syntaxe). Ce sont la voix de l'autre et celle du rédacteur-auteur qui se combinent dans une seule acte d'énonciation.

En conclusion, les quatre modes du discours rapporté nous indiquent le discours autre dans son propre discours. C'est une stratégie de rapporter les paroles de l'autrui quand le rédacteur-auteur ne souhaite pas être responsable des paroles citées.

2.1.5 Valeurs des citations

L'observation des formes du discours rapporté relatif au discours direct, au discours indirect, à la modalisation en discours second et à l'îlot énonciatif, nous emmène à nous intéresser aux valeurs de ces citations employées.

Ainsi, nous distinguons trois valeurs de citations utilisées dans les guides de voyage: la valeur véridique, la valeur esthétique et la valeur anecdotique.

2.1.5.1 Valeur véridique

Sur ce point, le guide *M.A.* et le guide *Gallimard* sont les champions des citations des paroles des personnages historiques. Le rédacteur-auteur choisit d'utiliser le discours direct pour nous donner une image comme si les paroles citées sortaient de la bouche d'une personne réelle. De plus, des noms des locuteurs cités dans le discours direct, nous avons des renseignements sur leurs portraits, leurs professions, leurs positions et leurs expériences. Toutes ces personnes sont également considérées comme des voyageurs qui écrivent ou notent tout ce qu'ils ont vu ou entendu, en tant que preuves historiques.

Le rédacteur-auteur cite les personnages historiques qui nous montrent efficacement l'authenticité des dires. Il s'agit d'une citation exacte marquant le non-engagement du rédacteur-auteur qui ne veut pas prendre en charge son discours.

Prenons les exemples suivants:

La remise de la lettre de Louis XIV à Narai, au cours d'une cérémonie somptueuse à laquelle assistaient quarante-trois ambassadeurs, dont trente de pays dont l'abbé de Choisy n'avait jamais entendu parler, fut l'objet d'un incident protocolaire dû à l'orgueil de l'ambassadeur, et seule la sagesse de Narai empêcha les choses de tourner mal...

Phaulkon proposa alors de tendre la lettre au roi au bout d'un bâton en or: "M. Constance, en réglant toutes choses, avait fort insisté à ne point changer la coutume de tout l'Orient, qui est que les rois ne reçoivent point les lettres de la main

des ambassadeurs: mais son Excellence avoit esté ferme à vouloir rendre celle du Roi en main propre. M.Constance avoit proposé de la mettre dans une coupe au bout d'un bâton d'or, afin que M. L'Ambassadeur pust l'élever jusqu'au trône du Roi: mais on lui avoit dit qu'il falloit ou abaisser le trône ou élever une estrade, afin que son Excellence la pust donner au Roi de la main à la main. (...) M. Constance, qui rampoit à terre derrière nous, crioit à l'Ambassadeur, Haussez, haussez : mais il n'en a rien fait, & le bon Roi a esté obligé de se baisser à mi-corps hors la fenêtre pour prendre la lettre; & l'a fait en riant, (...).”

(Le guide *M.A.*, p. 38)

L'extrait plus haut est noté par “l'abbé de Choisy”⁵⁵ qui est envoyé par Louis XIV au Siam en 1685. Il est témoin de cet événement historique de l'époque du roi Narai (1656-1688). C'est ainsi que le rédacteur-auteur du guide de voyage cite sa parole comme témoignage.

Considérons un autre exemple:

“Monsieur l'Ambassadeur avoit été surpris en entrant dans la salle de voir le roy si élevé au-dessus de lui, et avoit témoigné quelque peine qu'on ne l'en eût pas averti. Après avoir fait son compliment, il devait naturellement s'avancer pour présenter la lettre du roy, son maître, au roy de Siam.

⁵⁵ Choisy (François Timoléon, abbé de). Ecrivain français (Paris 1644 - id. 1724). Pourvu de nombreux bénéfices ecclésiastiques, spirituel, efféminé (connu un moment sous le nom de comtesse de Barres, il fut longtemps l'objet d'une curiosité scandaleuse par ses liaisons. Parti à Rome en qualité de conclaviste (1676), il s'y converti, puis s'embarqua avec l'ambassade envoyée par Louis XIV au Siam (1685) et revint prêtre. Ses mémoires pour servir à l'histoire de Louis XIV (posth. 1727) offrent des portraits très vivants. (Acad. fr. 1687) (Le Petit Robert 1993: 456)

(...), et de ne lever le bras qu'à demi. Le roy, qui comprit ce qui le faisait agir de la sorte, se leva sur ses pieds en souriant et, se baissant en dehors, fit la moitié du chemin pour prendre la lettre: il la porta ensuite sur sa tête, ce qui est une marque extraordinaire d'honneur et d'estime que ce prince voulut donner au grand roy qui la lui envoyait.”

Guy Tachard, *Voyage de Siam des pères jésuites*, Paris, 1688

(Le guide *Gallimard*, p. 118)

Guy Tachard (1651-1712) faisait partie de la première ambassade du Chevalier de Chaumont au Siam, il a alors écrit ce fait historique. Le rédacteur-auteur du guide du voyage prend ses écrits pour nous raconter une histoire très connue sous le règne du roi Narai comme celle de l'abbé de Choisy. Cela indique que les deux citations des prêtres français semblent influentes sur les écrits des guides de voyage. C'est parce que ces citations racontent les relations diplomatiques entre le Siam et la France. Il s'agit de la citation-preuve qui montre l'effet authentique accordé à la vérité historique.

2.1.5.2 Valeur esthétique

Nous voyons que pour ceux qui sont passionnés par la Thaïlande, ils notent leurs remarques et leurs impressions de voyage comme des souvenirs inoubliables de la beauté des lieux visités. Pour attester ces impressions, le rédacteur-auteur mentionne les paroles des personnages historiques et reconnus tels que l'abbé de Choisy, Paul Morand, etc.

Dans cette optique, le rédacteur-auteur prend la citation pour accentuer les attraits des sites touristiques. Les deux guides cités plus

haut donnent plus de citations qui décrivent la splendeur de l'architecture telle que le palais et les temples, et la beauté naturelle telle que la mer, la montagne et la forêt.

Le rédacteur-auteur emprunte la parole de l'autre afin de susciter l'admiration d'un lieu ou d'une ville visitée.

“Je ne puis me lasser d'admirer une fort grande ville dans une île entourée d'une rivière trois fois grosse comme la Seine ; des vaisseaux français, anglais, hollandais, chinois, japonais, siamois, un nombre innombrable de ballons, de galères dorées où il y a soixante rameurs. (...) Mais ce qu'on ne peut assez admirer, c'est que des deux côtés de cette île on voit des camps ou villages habités par des nations différentes, toutes les maisons de bois qui sont à nage, les boeufs, vaches, cochons en liberté. Les rues sont des allées d'eau vive et courante, à perte de vue, sous de grands arbres verts et, dans ces petites maisons, tout fourmille de peuple. Un peu au-delà des villages sont de grandes campagnes de riz, que l'on traverse en bateau. Le riz s'élève toujours au-dessus de l'eau, et l'horizon est borné par de grands arbres, au-dessus desquels d'espace en espace on voit briller les tours et les pyramides des pagodes, qui sont dorées à deux ou trois couches. Je ne sais pas si je présente à votre imagination une belle vue: mais certainement, je n'ai jamais rien vu de plus beau.”

Abbé de Choisy, *Journal du voyage de Siam*

Fait par M. L'Abbé de Choisy, Trévoux, 1741

(Le guide *Gallimard*, p.p. 118-119)

Pour admirer la grande ville d'Ayutthaya, nous voyons que le rédacteur-auteur laisse la parole à l'abbé de Choisy, un personnage réel qui a vécu l'histoire de l'époque. De plus, nous trouvons que le locuteur (l'abbé de Choisy) répète le mot *admirer*, il exprime son impression de la grandeur d'Ayutthaya, de la beauté naturelle et de ses pagodes. Le rédacteur-auteur cite la parole extérieure dans le fil de son discours. Cela nous semble qu'il veut augmenter la valeur esthétique d'une ville bien qu'il n'admire pas lui-même la ville d'Ayutthaya.

2.1.5.3 Valeur anecdotique

Il s'agit des citations d'après les légendes et les anecdotes qui racontent un fait curieux ou une histoire intéressante liés à un lieu visité. Nous remarquons que le guide *Michelin* et le guide *Routard* citent plus de légendes et d'anecdotes.

D'après la légende, le dieu hindou Rama tira une flèche dans le ciel, et, là où elle retomba, fonda une ville pour récompenser le singe Hanuman, son fidèle soldat. Hanuman utilisa sa queue pour construire les murs de la cité. Là où était tombée la flèche, la terre était devenue blanche. De fait, l'argile locale est riche en alumine, utilisée pour la production de poudre cosmétique.

(Le guide *Michelin*, p. 164)

Une anecdote vaut d'être racontée à son sujet: le linteau fut dérobé en 1966, vendu dans une rue de Bangkok à un collectionneur new-yorkais qui, lui-même, le revendit par la suite à l'Art Institute of Chicago. Le mystère du vol,

découvert dix ans plus tard, ne tarda pas à déclencher un véritable tollé et, sous la pression de la Thaïlande, l'oeuvre fut rendue en 1988. Depuis, la malédiction semble avoir frappé les voleurs du trésor. À l'exception de l'un d'entre eux, tous auraient trouvé la mort dans des conditions accidentelles...Parenthèse fermée, on vous laisse en paix pour découvrir les quantités d'autres sculptures remarquables que compte le sanctuaire.

(Le guide *Routard*, p. 334)

Selon ces paroles empruntées, nous trouvons que le rédacteur-auteur tente de convaincre le lecteur. C'est un moyen d'illustrer ou de conduire le lecteur à suivre ses propos appuyés par les paroles citées.

Nous pouvons constater que les trois fonctions du discours rapporté visent à inciter le lecteur à croire ce que le rédacteur-auteur mentionne. Il fait appel à l'extérieur pour convaincre le lecteur par la citation des personnes célèbres comme la définition suivante: une citation est "un passage cité d'un auteur, d'une personne célèbre, et donné comme tel, généralement pour illustrer ou appuyer ce que l'on avance."⁵⁶

Enfin, nous remarquons que toutes les citations relevées par le rédacteur-auteur des guides de voyage sont ressorties de personnages reconnus qui ont le rôle important dans la société. Le rédacteur-auteur les mentionne pour faire croire et pour convaincre son lecteur. Sophie Moirand dit, "celui qui argumente a recours à des arguments d'autorité en affichant son statut, sa position ou sa compétence, soit en jouant avec les

⁵⁶ Georges-Elia Sarfati, *Éléments d'analyse du discours* (Paris: Nathan, 1997), p. 69.

chiffres et les statistiques qui fonctionnent comme autant d'arguments d'autorité, soit en empruntant des "dires" et des "points de vue" à des personnes reconnues (ne serait-ce que par une "position" hiérarchique de poids).”⁵⁷

2.2 Intertexte externe du domaine touristique

Il s'agit des mots ou des fragments non-déclarés des textes antérieurs que le rédacteur-auteur emprunte au domaine particulier tel que le domaine culinaire et géographique. Ainsi, la mise en texte des guides de voyage apparaît comme hétérogène. Or, ces fragments ne possèdent aucune trace typographique. C'est-à-dire qu'il n'y a ni guillemets, ni deux points, ni joncteur "que" et il ne s'agit pas de discours rapporté. En effet, nous nous intéresserons plus spécifiquement à "l'hétérogénéité constitutive.”⁵⁸ C'est l'un des traits caractéristiques du discours des guides de voyage. Nous trouvons que trois sur cinq guides de voyage (dans le guide *Gallimard*, dans le guide *Bleus Évasion* et dans le guide *Michelin*) donnent des informations sur les recettes de cuisine thaïe dans la partie de présentation du pays. Et tous les guides proposent dans la partie d'informations pratiques les carnets d'adresses. Cela montre que le discours du guide de voyage se compose de plusieurs fragments de différents types de discours.

⁵⁷ Cité par Valérie Brechemier, "Analyse du discours de la presse d'entreprise, un exemple: "Avec", journal de communication interne de l'entreprise Renault", (Mémoire de DEA, Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris III, 1990), p. 49.

⁵⁸ Le mots emprunté à Jacqueline Authier-Revuz, "Parole multiple, aspect rhétorique, logique, énonciatif et dialogique", *DRLAV, revue de linguistique*, no. 26 (1982), 91.

2.2.1 Recette de cuisine

Sur le point de vue de la composition textuelle, le plan de la recette présente des régularités spécifiques telles que la liste des ingrédients, les conseils successifs pour le bon plat. Selon Jean-Michel Adam, ce genre du discours “comme la recette de cuisine comporte un plan de texte très claire:

- a) Nom de la recette qui correspond parfaitement au thème-titre (opération d’ancrage) de la séquence descriptive.
- b) Liste des ingrédients nécessaires qui -degré zéro de la description- correspond à l’énumération des composants (encore épars et crus) du tout.
- c) Description des actions à exécuter correctement pour obtenir le plat convoité.”⁵⁹

Pour illustrer ce propos, prenons les exemples suivants:

Tom Yam Goung (soupe de crevettes à la citronnelle)

300 g de grosses crevettes crues, 1 tige de citronnelle fraîche, 1c.à café de “pâte de curry thaï”⁶⁰, 3 piments verts, 2 gousses d’ail, 1 c. à soupe de nam plaa (saumure de poisson), 1 litre de bouillon et de la coriandre fraîche.

Faire bouillir 5 mn la citronnelle dans le bouillon, ajouter la pâte de curry, la *nam plaa* et les crevettes (cuisson à surveiller pour qu’elles ne ramollissent pas). Retirer du feu

⁵⁹ Jean-Michel Adam, *Les textes: types et prototypes* (Paris: Nathan, 1992), p. 96.

⁶⁰ Remarque: en réalité, on ne met pas de pâte de curry pour la recette de soupe *Tom Yam*

et ajouter les piments coupés, l'ail pilé et le citron vert.
Servir avec la coriandre ciselée.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 35)

L'exemple ci-dessus comporte deux séquences principales: la séquence de la liste des ingrédients et celle de la description des actions successives. Ces deux séquences ont liées au nom de la recette "Tom Yam Goung" qui domine l'ensemble du passage. Nous considérons que l'opération textuelle se caractérise par l'ensemble d'ingrédients divers au début de la séquence et une série d'actions à la fin. Cette dernière séquence introduit un certain mouvement par le moyen de verbes d'action à l'infinitif, "faire bouillir", "ajouter", "retirer", "ajouter", "servir". Il s'agit d'une suite d'actions nécessaires pour parvenir au but visé.

Reprenons un autre exemple:

Le Tom Yam Kung

Soupe de crevettes épicée à la citronnelle

(pour deux)

4-5 grosses crevettes

1 échalote hachée

1 tigre de citronnelle, coupée et pilée

150 g de "champignons chinois"⁶¹

2 tranches de galangal frais ou séché

3 feuilles de citron

2 ou 3 piments hachés

⁶¹ Remarque: en réalité, on ne met pas de champignons chinois mais des champignons de paille.

sauce de poisson fermenté, jus de citron vert, feuilles de coriandre, ciboule

Faire bouillir deux tasses d'eau ou de bouillon de poule. Ajouter l'échalote, la citronnelle, le galangal et les feuilles de citron jusqu'à nouvelle ébullition. Ajouter crevettes et champignons, laisser frémir pendant 3 minutes jusqu'à cuisson des crevettes, puis ajouter une demi-cuillère à soupe de sauce de poisson, du citron vert selon le goût et les piments. Retirer du feu et garnir de coriandre frais et de ciboule. Servir très chaud.

(Le guide *Michelin*, p. 62)

Également dans cet exemple, le nom de la recette est “Tom Yam Kung” en rapport avec le thème-titre et ensuite, la liste des ingrédients en rapport avec l'énumération des ingrédients fournis. Nécessaire à la description des actions, l'emploi des injonctifs-infinitifs, “faire bouillir”, “ajouter”, “ajouter”, “laisser frémir”, “ajouter”, “retirer”, “garnir” et “servir” qui permet de passer à la fin du passage. C'est-à-dire que le procédé du plat de “Tom Yam Kung” est atteint. Or, dans tous les cas, nous trouvons les photographies accompagnées à tous les deux textes concernant les signes iconiques que nous parlerons dans le chapitre suivant.

En résumé, grâce aux exemples ci-dessus, nous trouvons que chaque recette contient au moins deux séquences fondamentales: la liste des ingrédients d'une part et la préparation d'autre part, comme l'explique Claudine Garcia-Debanc: “les recettes de cuisine comportent une très forte caractérisation planifiée: ingrédients et préparation constituent au moins les deux parties indispensables, une photographie

(composante iconique) vient généralement compléter le texte et présenter ainsi la réalisation potentielle du tout.”⁶²

Selon la description plus haute, nous pouvons constater que le fait réel du “déjà dit” de recette de cuisine se distingue par le nom propre en thaï, “Tom Yam Kung”. Celui-ci fixe d’ailleurs le plan de la de la recette. L’usage du nom propre de la recette et la façon de faire la cuisine nous évoquent dans notre mémoire une copie du déjà dit qui renvoie au repas de la cuisine thaïe. Ce repas est considéré comme un repas traditionnel.

2.2.1.1 Structure de la recette

Nous constatons que la structure globale de la recette de cuisine est organisée par le plan fixe. Les données sont présentées d’une façon ordonnée.

Voici le plan récapitulatif d’une recette:

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Nom de recette 2. Liste des ingrédients 3. Description par l’emploi des verbes d’action à l’injonctif-infinitif pour obtenir le plat convoité |
|--|

La structure de la recette est invariable, et nous considérons que le texte de la recette de cuisine dans le guide de voyage est un texte qui relève des paroles de l’autre. Sur ce sujet, Sophie Moirand a distingué les traits de la recette qui sont comme discours déjà structuré, “dans tous les cas, à un univers de référence partagé: il y a toujours des “ingrédients”, des “ustensiles” et des “actions”; de même interviennent toujours des

⁶² Claudine Garcia-Debanc, “Les discours procéduraux”, *Langages*, 141 (mars 2001): 19.

indications de “quantité” ou de “qualité” ainsi que des précisions sur la chronologie des opérations à exécuter.”⁶³ Cette distinction nous montre que la recette est considérée comme le discours culinaire dont la structure est fixe. Grâce à cette structure, nous constatons que le rédacteur-auteur a emprunté le discours de “l’autre” pour construire son propre discours.

2.2.1.2 Fonction de la mise en texte de la recette de cuisine

Selon la structure de la recette de cuisine, nous trouvons que le rédacteur-auteur vise à donner des informations qui renvoient à un fait réel. Il s’agit des caractéristiques communicatives en rapport avec le “dire comment faire”.⁶⁴ Par l’usage d’une suite de verbes injonctifs-infinitifs, le rédacteur-auteur donne des informations en décrivant les différentes méthodes successives dont la fonction est d’abord de faire connaître (c’est-à-dire de donner des renseignements sur la recette de cuisine) et ensuite de faire agir (c’est-à-dire inciter le lecteur à goûter et cuisiner le plat exotique et populaire). Comme le dit le guide *Michelin*: “Le *Tom Yam* est une soupe claire et épicée, potage relevé à base de racine de gingembre, d’oignons, de tomates et de piments, auxquels on a ajouté du jus de citron vert et de la citronnelle. On peut aussi le cuisiner avec des crevettes ou du poisson, du poulet, du boeuf ou du porc. Un des plats les plus populaires est le *Tom Yam Kung*, servi avec des crevettes.”⁶⁵ Et dans le guide *Hachette*, on propose aussi de “goûter aux soupes de crevettes acides.”⁶⁶

⁶³ Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette, 1990), p. 15.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 15.

⁶⁵ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 60.

⁶⁶ Marc Villette, *Thaïlande*, guide M.A. (Paris: M.A., 1999), p. 156.

Ces citations nous montrent bien la fonction du discours de la recette de cuisine. De plus, une autre fonction qui nous frappe est de mettre la recette en mémoire du visiteur qui peut “étonner ses amis au retour”⁶⁷ à son pays en leur préparant un plat exotique ou typique.

Voyons le plan suivant:

Le thème-titre (nom de recette)	TOM YAM GOUNG (SOUPE DE CREVETTES À LA CITRONNELLE) (Guides Bleus Évasions, <i>Hachette</i>)	LE TOM YAM KUNG Soupe de crevettes épicées à la citronnelle (Guide du tourisme, <i>Michelin</i>)
La liste des ingrédients (énumération des composants)	300 g de grosses crevettes crues, 1 tige de citronnelle fraîche, 1 c.à café de pâte de curry thaï, 3 piments verts, 2 gousses d’ail, 1 c. à soupe de <i>nam plaa</i> (saumure de poisson), 1 litre de bouillon et de la coriandre fraîche.	4-5 grosses crevettes 1 échalote hachée 1 tigre de citronnelle, coupée et pilée 150 g de champignons chinois 2 tranches de galangal frais ou séché 3 feuilles de citron 2 ou 3 piments hachés sauce de poisson fermenté, jus de citron vert, feuilles de coriandre, ciboule
La description des actions à réaliser convenablement pour obtenir le plat désiré.	Faire bouillir 5 mn la citronnelle dans le bouillon, ajouter la pâte de curry, la <i>nam plaa</i> et les crevettes (cuisson à surveiller pour qu’elles ne ramollissent pas). Retirer du feu et ajouter les piments coupés, l’ail pilé et le citron vert. Servir avec la coriandre ciselée.	Faire bouillir deux tasses d’eau ou de bouillon de poule. Ajouter l’échalote, la citronnelle, le galangal et les feuilles de citron jusqu’à nouvelle ébullition. Ajouter crevettes et champignons, laisser frémir pendant 3 minutes jusqu’à cuisson des crevettes, puis ajouter une demi-cuillère à soupe de sauce de poisson, du citron vert selon le goût et les piments. Retirer du feu et garnir de coriandre frais et de ciboule. Servir très chaud.

⁶⁷ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Blues Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 35.

Nous remarquons que le début de toutes les recettes est lié au thème-titre (nom de recette), puis la liste des ingrédients précédés toujours des chiffres de composants et enfin la description des actions à réaliser convenablement pour obtenir le plat désiré. Dans tous les cas, nous constatons que la structure globale de la recette de cuisine est organisée par le plan de texte très précis en montrant des régularités spécifiques. Toutes les actions qui suivent visent à donner des informations de façon linéaire. Cela prouve que la recette de cuisine de Tom Yam Kung est une copie du déjà-dit de quelqu'un que le rédacteur-auteur reprend, mais sans référence.

2.2.2 Carnet d'adresses

À mesure que les guides de voyage donnent des informations touristiques, les adresses des lieux sont proposées comme le carnet d'adresses destiné à donner des renseignements de localisation des endroits concernant l'hébergement, la restauration, les transports et les bureaux des formalités douanières ou administratives. En effet, après la lecture des guides de voyage, nous constatons que les adresses sont indispensables pour réussir à trouver facilement la localisation de chaque lieu par rapport aux attraits donnés par les guides de voyage.

2.2.2.1 Types d'adresses données

Dans la partie des informations pratiques, tous les guides de voyage nous présentent les adresses indiquant le lieu des restaurants, des hôtels, des agences de voyage, des bureaux des tourisms, etc. Dans cette optique, nous pouvons alors classer en quatre types d'adresses proposées dans le guide de voyage:

2.2.2.1.1 Adresses d'organisme de voyages

Les adresses d'organisme de voyages sont incluses dans la partie des informations pratiques dont la rubrique "comment aller en Thaïlande" ou "circuler en Thaïlande" concerne les moyens de transport. Nous trouvons de nombreuses compagnies qui desservent toutes les destinations telles les transports aériens, routiers, ferroviaires et fluviaux. Donc, les adresses des compagnies aériennes et des agents de voyage sont utiles pour le futur voyageur si le futur voyageur ne veut pas perdre le temps à chercher lui-même.

Voyons quelques exemples:

J.P. Travel

6, Sukhumvit Rd

Soi 4

Tél. 2 52 96 44

Fax 2 55 22 23

Ouvert 9 h-19 h

Fermé dim.

(Le guide *Gallimard*, p. 339)

Tourmonde. 67, bd Haussmann, 75008 Paris ☎
01.53.24.34.34.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 25)

Thaï Airways International, 485/2-3 Thanon Silom. ☎ 02
234 3100 et 3110.

(Le guide *Michelin*, p. 279)

Thai Airways International

Paris: 23, av. des Champs-Élysées, 75008 Paris. ☎ 01-44-20-70-80. Fax: 01-45-63-75-69. •WWW.thaiairways.fr•
Minitel: 36-15, code THAI AIRWAYS. M. : Franklin-D-Roosevelt •

(Le guide *Routard*, p. 13)

D'après ces exemples, nous voyons que les noms propres (J.P. Travel, Tourmonde et Thai Airways International) présentent le moyen de contacter avec des compagnies aériennes et des agents de voyage. Ces adresses existent déjà. Le rédacteur-auteur les relève pour les mettre dans son ouvrage.

2.2.2.1.2 Adresses d'hébergement

Parmi les facteurs du tourisme, l'hébergement est le plus considérable. Quand on entreprend un voyage, le logement est évidemment indispensable pour les touristes. D'une étoile à cinq étoiles, d'un bungalow à un hôtel homologué, les guides de voyage donnent dans la rubrique "où dormir" les adresses pour passer la nuit. De l'auberge rustique à l'hôtellerie de grand confort, le guide de voyage propose toutes les catégories résidentielles telles que les hôtels de luxe, les hôtels bon marché, les bungalows et les auberges de jeunesse.

Prenons les exemples ci-dessous:

Oriental Hotel, 48 Oriental Avenue. Tél. : 236-0400 à 09 et 234-8620 à 29.

(Le guide *M.A.*, p. 148)

Siam Inter-Continental Hotel, 867 Rama I Rd. Tél. : 253-0355.

(Le guide *M.A.*, p. 149)

Sukhothai

13/3, Sathorn Tai Rd

Tél. 2 87 02 22

Fax 2 87 49 80

(Le guide *Gallimard*, p. 343)

Dusit Thani, 946 Rama IV Rd ☎ 236.04.50.

(Le guide *Blues Évasion*, p. 145)

Tavee V Guesthouse: 83 Sri Ayutthaya Road, Soi 14. ☎
280-14-47

(Le guide *Routard*, p. 120)

Ces adresses indiquent le logement où le futur visiteur peut rester pendant son séjour. Remarquons que certains guides de voyage proposent le logement au prix divers, le futur visiteur peut choisir selon le prix proposé. Dans cette optique, nous voyons que le rédacteur-auteur reprend la parole de l'autre à travers les adresses d'hébergement, déterminées par le nom propre.

2.2.2.1.3 Adresses de restauration

Si nous comparons les données informatives concernant les adresses de l'hébergement et de la restauration, ces dernières sont intéressantes puisque le futur voyageur peut trouver certains restaurants

soit dans le lieu où il dort, par exemple, dans l'hôtel ou dans le bungalow, soit près de son foyer. Pourtant, nous trouvons que tous les guides de voyage offrent les adresses de restaurants afin de faciliter la visite.

Royal Kitchen, 754 Sukhumvit Rd. Tél.: 392-8285. 10 h à 21 h.

(Le guide *M.A.*, p. 155)

Chiangmai Orchid

100-102, Huay Kao Rd

Tél. 22 20 99

Fax 22 16 25.

(Le guide *Gallimard*, p. 355)

Lai Cram, 11/1 Sukhumvit soi 49 ☎ 392.58.64.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 146)

Oam Thong Restaurant: 8 Sukhumvit Road, Soi 33 (en face du Novotel). 258-06-68. Ouvert tous les jours de 11 h à 23 h.

(Le guide *Routard*, p. 127)

Également dans ces exemples, les adresses de restauration sont proposées. Nous voyons que les noms propres (Royal Kitchen, Chiangmai Orchid, Lai Cram et Oam Thong Restaurant) déterminent des fragments empruntés.

2.2.2.1.4 Adresses utiles

Il s'agit d'adresses des organismes français tels que l'Ambassade de France, le Consulat de France, l'Alliance française, et de bureaux thaïlandais tels que l'Office du Tourisme, le Bureau de l'Immigration, les hôpitaux, la police, le bureau de poste, la banque et la librairie. Ces endroits sont importants pour le départ et le séjour en Thaïlande, par exemple, le touriste peut demander le visa à l'ambassade ou au consulat; en cas de vol ou de perte du passeport, il peut en informer la police et l'ambassade concernée; en ce qui concerne la prolongation des visas, il peut contacter le Bureau d'Immigration; l'Office du Tourisme peut fournir des informations touristiques, dépliants, cartes et toute aide à l'organisation d'un voyage et les touristes peuvent obtenir aussi des renseignements circulaires. C'est-à-dire qu'il aide les touristes à résoudre tout problème. C'est alors qu'il est indispensable de donner au lecteur les adresses utiles pour éviter des difficultés.

Ambassade de Thaïlande en France, 8, rue Greuze, 75016 Paris. Tél.: 47.04.32.21. et 45.33.35.92. Ouvert du lundi au vendredi de 10 h à 12 h.

(Le guide *M.A.*, p. 107)

Bureau de poste
1160, Charoen Krung Rd

Tél. 2 34 95 30

Ouvert 8 h 30-18 h,

13 h 30-16 h

Fermé dim. et jours fériés.

(Le guide *Gallimard*, p. 338)

Banque Nationale de Paris, 946 Dusit Thani Bld, Silom Rd

☎ 651.56.78-84.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 152)

Central de la Police Touristique: Unicohouse Building, Soi Lang Suan, Thanon Ploenchit, Bangkok ☎ 02 652 1721/6.

(Le guide *Michelin*, p. 285)

TAT (Tourism Authority of Thailand): 4 Thanon Ratchadamnoen Nok (central, à côté de l'une des deux grandes salles de boxe). ☎ 282-97-73 ou 76. Fax : 282-97-

75. Tourist Hotline: ☎ 11-55

•WWW.tourismethailand.org/tat •Ouvert de 8 h 30 à 16 h 30 tous les jours.

(Le guide *Routard*, p. 111)

Selon les exemples ci-dessus, nous trouvons qu'il est inconcevable de ne pas préciser les quatre types d'adresses. Ces adresses se distinguent par le nom propre en caractère gras, c'est la reprise de la parole de "l'autre" en tant que parole répétée.

2.2.2.2 Structure des adresses

Nous pouvons distinguer les éléments qui composent le carnet d'adresses selon des informations données comme les suivants:

<ol style="list-style-type: none"> 1. Nom d'un lieu 2. Numéro du bâtiment 3. Nom de la rue / de la ruelle 4. Numéro de téléphone
<p>(Numéro de fax) (Site Web) (Heure d'ouverture /de fermeture)</p>

Le plan du carnet d'adresses est tellement précis et lucide grâce à sa structure ordonnée. Il y a une séquence initiale commencée par le nom d'un lieu cherché et une séquence finale terminée par le numéro de téléphone. Le fax et le site Web peuvent être valables selon la modernisation de technologie médiatique de chaque époque où se produit le guide de voyage. Pour les horaires, il est susceptible de changer suivant les modifications. Certains horaires sont valables pour telle année, alors, certains guides n'en fournissent pas.

Nous pouvons voir que la liste d'adresses est toujours une suite ordonnée qui forme la structure compositionnelle d'une adresse. Tous les éléments forment le tout pour construire "une adresse".

En conclusion, la recette de cuisine et le carnet d'adresses présentent dans le texte la rupture de discours de soi-même, vu que ces deux modes sont tout à fait différents dans les procédures de mise en texte. Ces données marquent les emprunts de la parole ou l'écrit de quelqu'un.

2.2.3 Traces des discours autres dans la recette de cuisine et dans les adresses

Les recettes de cuisine et les adresses données par les guides de voyage sont considérées comme les fragments empruntés qui viennent d'ailleurs. Ces paroles empruntées n'appartiennent pas au rédacteur-auteur des guides de voyage. Mais, celui-ci essaie de faire les paroles tirées d'ailleurs siennes. Ces paroles s'opposent de discours rapporté que nous étudions plus haut. Le discours rapporté, direct ou indirect, désigne les citations des personnages reconnus que le rédacteur-auteur cite, et elles apparaissent comme le discours en cours. Contrairement, les discours de recette de cuisine et d'adresses, apparaissent littéralement comme le discours venu d'ailleurs.

Pour illustrer cette description, c'est alors que nous distinguons les traces des paroles empruntées comme les suivantes:

2.2.3.1 Trace du point de vue polyphonique

La recette et le carnet d'adresses se caractérisent par l'absence du locuteur d'origine. Ils sont représentés comme un écho du discours antérieur, différent de la citation, de l'allusion et de l'ironie, etc. C'est un emprunt d'un texte entier de la recette de cuisine thaïe et du carnet d'adresses. L'hétérogénéité discursive est visible par des encadrés ou la police typographique, et par l'interprétation du lecteur. Leur repérage dépend, au niveau extra-linguistique, de la culture et du savoir du lecteur de guide qui arrive à distinguer le dire et le déjà dit. Dans cette optique, nous voyons que la manière d'insérer du déjà dit de l'autre s'oppose à la citation dans le discours rapporté. Spécialisés dans leur caractère mineur,

la recette de cuisine et le carnet d'adresse sont liés à ce mélange de dépendance du discours du rédacteur-auteur. Réfléchissons à ces deux aspects qui se mélangent dans le même texte majeur, il s'agit de deux voix, l'une est la voix d'autrui et l'autre est la voix de soi-même. Grâce à la reprise littérale, nous reconnaissons aisément l'hétérogénéité bien que les signes de ponctuation (les deux points, les guillemets) soient supprimés. Le texte actuel présente la manière de parler au monde où le lecteur a la compétence de différencier les faits spécialisés des informations données par le rédacteur-auteur lui-même.

2.2.3.2 Trace du point de vue séquentiel

La recette de cuisine et le carnet d'adresses ont une structure ordonnée et prototypique. C'est-à-dire que les deux textes ont la séquence initiale et la séquence finale. Le texte de recette s'ouvre par le nom propre (le nom de recette), par exemple, *Tom Yum Kung* et se ferme par une suite d'actions successives pour obtenir le plat convoité; c'est également pour le texte du carnet d'adresses, le commencement est le nom propre d'un endroit cherché et la fin se termine soit par le numéro de téléphone, soit par le télécopieur ou le site Web selon la période où la technologie de communication se développe, par exemple, dans le guide *M.A.* publié en 1987, nous ne trouvons qu'aucun numéro de télécopieur ni site Web, mais le guide *Hachette* qui paraît en 2001, publie le numéro de télécopieur et aussi le site Web.

2.2.3.3 Trace du point de vue typographique

Ce qui marque la distance entre les paroles du rédacteur-auteur et les paroles venues d'ailleurs est la marque typographique telle que la

police écrite en gros ou en petits caractères et les encadrés, mais sans aucune référence.

2.2.4 Pluri-discours dans le domaine géographique

Nous parlons de l'usage de termes surtout dans la partie de la présentation du pays dans le guide de voyage qui présente implicitement la manière des dires de l'autre. Ceci atteste la coexistence de deux voix dans le corpus étudié. Ce trait particulier ne se présente pas nettement. Il est différent des paroles guillemetées qui introduisent une discontinuité visible dans le fil du discours et il ne traduit pas avec les paroles de l'autre comme les paroles rapportées dans le discours indirect. Au contraire, c'est le fait de ce qui est l'autre qui absorbe dans le déroulement du discours des guides de voyage tel que l'usage des lexiques géographiques et celui des lexiques socio-culturelles. Le rédacteur-auteur est très subtile en présentant ce jeu polyphonique. Il a recours à l'intertexte de façon à supprimer les signes de changement d'énonciation. C'est-à-dire qu'il n'y a ni discours citant ni discours cité. La provenance de la citation n'est pas mentionnée. Mais, c'est une implication des termes empruntés que Georges-Elia Sarfati appelle "les interférences lexicales."⁶⁸ En ce qui concerne notre étude, c'est l'usage d'un lexique scientifique (géographique) dans le discours touristique des guides de voyage. La distinction de cet usage n'est que la possibilité d'étude des termes donnant le sens, lié à l'enchaînement sémantique d'un texte.

⁶⁸ Georges-Elia Sarfati, *Éléments d'analyse du discours* (Paris: Nathan, 1997), p. 65.

Avant d'aborder l'analyse de la coexistence discursive constatée dans le discours des guides de voyage, il nous faut comprendre la définition de mot "géographie", selon le dictionnaire de géographie, on parle de tendances actuelles de la géographie qui est centrée sur "l'étude des sociétés (articles « société », « population, démographie », « intégration, insertion »...) et la géopolitique (« Etat, nation, pays », « géopolitique », « frontières », « océan, mer »...)"⁶⁹ C'est-à-dire que dans le domaine géographique, on étudie la société, par exemple, la nation et ses peuples, la tradition et aussi l'atmosphère.

Comme nous avons dit dans le premier chapitre, les informations données dans les guides de voyage sont divisées en trois parties principales; la première partie est centrée sur la présentation du pays, la seconde, les sites touristiques et enfin les informations pratiques. La coexistence discursive se présente davantage dans la partie de la présentation du pays des guides de voyage. Ce fait n'apparaît pas seulement sous forme d'emploi des lexiques scientifiques mais aussi de traits sémantiques qui montrent l'hétérogénéité discursive. Il s'agit des "isotopies",⁷⁰ sémantiques qui jouent l'effet de mémoire discursive. Le rédacteur-auteur fait usage des lexiques du discours scientifique tels que la physionomie du pays, les ethnies, la diaspora, les climats, etc. L'emploi de ces lexiques déclenche la reconnaissance du lecteur comme une instruction qui relève du savoir scientifique. Nous, en tant que lecteurs, nous découvrons et reconnaissons ce que le rédacteur-auteur

⁶⁹ *Dictionnaire de géographie* (Paris: Hatier, 1997), p. 3.

⁷⁰ Pour produire un message cohérent et pour rendre compte du fait qu'un ensemble hiérarchique de significations, "l'isotopie sémantique" regroupe un ensemble de significations caractérisées par leur appartenance à un même niveau de compréhension. La détermination des "contextes isotopes" à l'intérieur d'un discours, c'est-à-dire des grandes unités de signification, utilise et dépasse à la fois les critères syntaxiques. C'est elle qui situe les lieux de connexion assurant le passage d'une isotopie à une autre. (*Dictionnaire de didactique des Langues* 1976: 302)

nous rapporte. Nous considérons ce fait comme des connaissances acquises. En effet, le rédacteur-auteur choisit le moyen de transmettre des connaissances géographiques concernant d'autres données extérieures. Nous distinguons trois thèmes qui évoquent des connaissances géographiques:

2.2.4.1 Thème "localisation"

Dans la partie de présentation du pays, le rédacteur-auteur entame le langage scientifique en donnant un savoir sur la localisation de la Thaïlande.

La Thaïlande est située au coeur du Sud-Est asiatique. Elle est bordée au Nord par le Myanmar (Birmanie) et le Laos, à l'Est par le Kampuchéa (Cambodge), et au Sud par la Malaisie. La prédominance de la plaine, le climat tropical et les rivières abondantes en ont fait une des terres les plus fertiles du monde. Sa topographie a favorisé les migrations, qui ont eu un impact très important dans son histoire.

(Le guide *Michelin*, p. 12)

Il nous semble qu'au niveau sémantique, cet extrait contient des termes géographiques qui indiquent un discours lié à la géographie. Tandis que le rédacteur-auteur parle de la physionomie, il reprend la description de la localisation de la Thaïlande et même certains termes qui montrent le trait concernant la géographie tel que l'usage des termes "la prédominance de la plaine, le climat tropical, les rivières, la topographie et les migrations" dans le fil du discours même. En effet, nous distinguons des isotopies sémantiques concernant la localisation,

l'abondance de la terre de la Thaïlande et les migrations. De plus, nous pouvons voir les traces du rédacteur-auteur qui se caractérisent par l'emploi des adjectifs évaluatifs "les plus fertiles du monde" au niveau suprême malgré "l'absence d'unités déictiques du type *je, tu, ici, maintenant*".⁷¹ C'est le choix du rédacteur-auteur qui est le maître de son discours. Il a le droit d'insérer des termes ou des fragments empruntés dans son discours, tout en dépendant de connaissance et de compétence interprétative du lecteur qui sache distinguer le dire du rédacteur-auteur et le déjà dit de l'autre.

2.2.4.2 Thème "climat"

Tous les guides de voyage accordent une importance sur le climat. Nous trouvons également l'usage des termes concernant le climat dans la partie de présentation de la Thaïlande. Considérons l'extrait suivant:

Bien qu'il diffère d'une région à l'autre, on peut dire qu'il s'agit d'un climat tropical humide. De mars à mai il fait chaud et sec, 30° en moyenne. De juin à octobre (de juin à septembre dans le Nord-Est) il fait encore chaud et il pleut en général quelques heures par jour. De novembre à février la température baisse, 24° en moyenne. À Bangkok, il pleut faire 16° en décembre et 38° en mai, pour prendre deux températures extrêmes. Dans le Nord, en altitude, il fait beaucoup plus frais, le thermomètre pouvant descendre jusqu'à 7° la nuit. Se munir d'un chandail est indispensable. Dans le Sud, les températures et les précipitations sont plus

⁷¹ Jean-Paul Bronckart, *Activité langagière, textes et discours, pour un interactionnisme socio- discursif* (Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1996), p. 151.

régulières, avec un maximum de pluies de juin à octobre sur la côte Ouest (Phuket) mais d'octobre à janvier sur la côte Est (Songkhla).

(Le guide *M.A.*, p. 17)

Nous trouvons que les termes et les expressions qui renvoient nettement au thème "climat" sont "un climat tropical humide", "il fait chaud et sec", "il pleut en général quelques heures par jour", "la température", "il fait beaucoup plus frais", "le thermomètre" et "les précipitations". D'ailleurs, la trace du locuteur actuel se caractérise par un conseil à travers l'expression "se munir d'un chandail est indispensable" marquant la subjectivité.

2.2.4.3 Thème "démographie"

Il s'agit du fait des données informatives sur la population thaïe. Le rédacteur-auteur utilise les termes et expressions qui évoquent les notions démographiques.

Prenons cet extrait:

Les habitants de la Thaïlande sont au nombre de 59,4 millions (1994), un peu plus nombreux que les Français. La densité moyenne est de 115 habitants au km², mais il y a d'importantes différences d'une région à l'autre. À Bangkok, la densité moyenne est de 3 700 habitants au km², alors que dans la province montagneuse de Mae Hong Son, au Nord, elle descend à moins de 20 habitants au km². D'après le dernier recensement, presque la moitié de la

population a moins de 20 ans. L'espérance de vie moyenne des Thaïlandais est de 61 ans pour les hommes, 67 pour les femmes.

(Le guide *Michelin*, p. 21)

Selon l'extrait précédent, nous voyons très clairement un ensemble de termes d'un même domaine: "les habitants, la densité moyenne, le dernier recensement, la population, l'espérance de vie moyenne". Ces termes appartiennent au domaine démographique. De plus, les chiffres sur la population introduits dans le texte indiquent nettement que ce n'est pas le rédacteur-auteur qui dit cela. Il emprunte à l'autre sans laisser aucune trace visible. Ce que nous pouvons remarquer des données autres est constitué par les chiffres fonctionnant comme des "arguments d'autorité qu'on appellera dialogisme intertextuel."⁷² Cet extrait présente la structure hétérogène grâce à l'insertion d'une parole de l'autre dans le texte.

D'ailleurs, si nous parlons de l'emploi des termes géographiques, il est important de connaître le rapport entre géographie et tourisme, par exemple, les raisons d'emploi des termes géographiques dans le domaine touristique. Voici des raisons:

-Informations indispensables pour découvrir un pays.

Il est indispensable de créer, au futur voyageur en tant que lecteur, l'image directe de la Thaïlande. Pour le futur voyageur, il veut découvrir évidemment les différents facettes de Thaïlande telle que la localisation et

⁷² Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette, 1990), p. 75.

la physionomie du pays et des lieux touristiques lui permettent de choisir les plus beaux sites ou les plus intéressants à visiter selon le but de chaque visiteur, par exemple, si l'on aime les montagnes, il faut visiter la Thaïlande du nord ; si l'on aime la mer, la Thaïlande du sud est conseillée. Comme le propose le guide de voyage, "La route du Sud est la route des plages."⁷³ De plus, les informations données sur les différentes ethnies sont nécessaires surtout la rencontre des "tribus montagnardes Méos, Karens, Lawas, Lahus et Lisus"⁷⁴ afin de connaître leur société et leur culture.

-Intérêt d'un voyage plaisant

Il faut réfléchir sur le climat particulier de chaque région pour la condition agréable d'une visite, par exemple, si l'on veut visiter la Thaïlande du sud, il faut choisir la période convenable pour y faire une visite. C'est parce que le climat du sud de la Thaïlande pendant la mousson est dangereux pour un voyage. Comme en témoigne le guide *Bleus Évasion*, "Attention aux courants et aux rouleaux pendant la mousson: les plages exposées deviennent dangereuses."⁷⁵ et dans le guide *Routard*, "Attention la météo peut parfois compromettre les départs."⁷⁶ Par ailleurs, le visiteur peut choisir la période où il préfère faire une visite, par exemple, celui qui aime le soleil, ou celui qui adore les pluies, il peut choisir le moment désirable si on connaît la météo. Enfin, la dernière raison pour le climat, on peut préparer des vêtements avant le départ. Surtout des vêtements légers sont conseillés à cause du

⁷³ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 227.

⁷⁴ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 166.

⁷⁵ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 235.

⁷⁶ Collectif, *Thaïlande*, guide du routard (Paris: Hachette, 2001), p. 353.

climat tropical de la Thaïlande. C'est-à-dire qu'il fait chaud toute l'année pour les Européens. Comme le conseille le guide *Michelin*, "Des vêtements légers en coton sont recommandés pour toute l'année. On peut avoir besoin d'une veste ou d'un pull-over légers pour les soirées dans le Nord."⁷⁷

2.2.5 Pluri-discours dans le domaine socio-culturel

Les données socio-culturelles des guides de voyage présentent également l'existence de mots venus d'ailleurs insérés dans le discours. Il est indispensable de donner au lecteur des connaissances socio-culturelles, surtout dans la première partie des guides de voyage. C'est parce que cette partie permet au lecteur d'avoir quelques connaissances de base de la Thaïlande telles que l'histoire, l'art et la culture. Le discours de l'autre se caractérise par la présence des trois thèmes principaux.

2.2.5.1 Thème "histoire"

Après la lecture des guides de voyage, nous trouvons que tous les guides de voyage proposent au lecteur des connaissances historiques. Cela nous montre que l'histoire de chaque lieu visité ne peut pas être négligeable puisqu'elle permet au lecteur de connaître les événements concernant les sites, par exemple, les palais et les temples. Le style du récit des événements historiques dépend du rédacteur-auteur qui va mettre sa parole ou la parole de l'autre dans le texte. Après la lecture totale des guides de voyage, il nous paraît qu'il y a la coexistence de deux voix dans

⁷⁷ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 281.

le discours sur l'histoire présentée dans les guides de voyage, ce sont la voix de l'autre qui raconte une histoire et la voix du rédacteur-auteur qui prend en charge le texte comme commentaire.

Le roi Naresuan d'Ayutthaya lança ses armées contre les Birmans, qui avaient également envahi le Siam, et les chassa du Lan Na en 1598. Au cours des dix-sept années suivantes, le royaume d'Ayutthaya s'imposa comme la puissance dominante du Nord.

(Le guide *Gallimard*, p. 39)

Selon cet exemple, dans le contexte précis, nous voyons que le rédacteur-auteur emploie le style narratif. Cette séquence présente en tout deux temps verbaux: le passé simple (lança, chassa, s'imposa) et le plus-que-parfait (avaient envahi). Le passé simple et le plus-que-parfait représentent le registre du récit. Le texte raconte un événement passé. C'est une histoire concernant l'expansion d'Ayutthaya pendant le règne du roi Naresuan. L'action que cette histoire évoque est historiquement vraie et qu'elle rapporte un passé réel qui précise le temps et le lieu ainsi que la preuve que nous pouvons la vérifier. Alors, nous constatons que cette séquence est considérée comme une vérité historique tirée partiellement de l'écrit d'histoire représentant un événement célèbre du roi Naresuan. Le rédacteur-auteur emprunte à l'histoire thaïe marquant la voix de l'autre. C'est-à-dire la voix des historiens qui notent "des événements du passé, des faits relatifs à l'évolution de l'humanité (d'un groupe social, d'une activité humaine), qui sont dignes ou jugés dignes de

mémoire”.⁷⁸ Cela fait appel évidemment au discours historique qui donne des connaissances de l’histoire thaïe.

2.2.5.2 Thème “bouddhisme”

Ce n’est pas facile de dissocier les termes religieux du discours lui-même. Le terme “bouddhisme” a le sens particulier puisqu’il est considéré comme mot religieux. Dans les guides de voyage, le rédacteur-auteur évoque le bouddhisme comme la religion nationale dans la partie de l’introduction du pays. Plusieurs termes désignent précisément la religion bouddhique. Cette existence discursive fait paraître de deux voix dans le texte. La première est la voix de l’autre et la seconde est celle du rédacteur-auteur.

Examinons l’exemple ci-dessous:

Le bouddhisme theravada est la forme prédominante du bouddhisme dans le Sud et le Sud-Est de l’Asie. C’est la religion d’État en Thaïlande, où plus de 90% de la population sont adeptes de cette tradition. Le Theravada, qui signifie « Voie des Anciens », s’est répandu vers le Sud et le Sud-Est à partir de l’Inde pendant le règne du grand empereur Ashoka (3^e s. avant J.C.). Parfois appelé École palie (à cause de ses écritures en langue palie), ou Hinayana, c’est-à-dire “Petit Véhicule”, appellation péjorative, il est considéré en général comme étant la plus conservatrice et la plus orthodoxe des traditions bouddhistes, celle qui est le

⁷⁸ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 1224.

mieux parvenue à préserver l'enseignement historique du Bouddha Gautama. Cette forme du bouddhisme diffère du mahayana et du bouddhisme tantrique en ce qu'elle met l'accent sur le personnage, par opposition aux Bouddhas multiples; sur le Bouddha en tant que saint plutôt que sauveur; sur l'émancipation due à l'effort personnel, et moins à la grâce; sur l'objectif de devenir un arahant (saint), qui a pour priorité la découverte de la sagesse et la fin des réincarnations, au lieu d'un bodhisattva, qui choisit la compassion et repousse la fin de ses renaissances.

(Le guide *Michelin*, p. 45)

Les termes de “bouddhisme theravada, religion d'État, adeptes, Theravada, Hinayana, Petit Véhicule, Bouddha Gautama, Mahayana, bouddhisme tantrique, Bouddha, arahant (saint), réincarnation, un bodhisattva et renaissances”, évoquent le thème du Bouddhisme. La manière de mettre le discours de l'autre dans son texte se caractérise par les emprunts de la langue pali tels que “Theravada, Hinayana”. Dans le glissement de sa propre parole, nous pouvons repérer la présence du rédacteur-auteur par les traces explicites, par exemple, l'expression explicative “c'est-à-dire” et l'emploi des superlatifs “la plus conservatrice et la plus orthodoxe des traditions ” qui joue le rôle comparatif. Ces deux marques renvoient à la voix du rédacteur-auteur.

Le choix d'insérer la voix de l'autre dépend du rédacteur-auteur qui combine la parole de l'autre et de soi dans la production textuelle.

2.2.5.3 Thème “art”

Le thème “art” s’attache profondément à celui du bouddhisme puisque les styles artistiques subissent l’influence du bouddhisme. D’ailleurs, la plupart des lieux touristiques en tant que temples et palais se présentent par les styles bouddhistes, par exemple, la statue du Bouddha, le style de la construction du temple et ses composants. Le bouddhisme comme religion du pays a une influence sur les arts nationaux. L’art reflète les différentes épisodes qui peuvent marquer l’histoire du pays.

Voyons l’exemple suivant qui exprime les termes artistiques:

Période de Sukhothai (XII^e-XV^e siècle)

Époque où l’image de Bouddha est la plus caractéristique de l’art thaïlandais. Les statues deviennent plus élancées, l’ovale du visage parfait, le nez long et aquilin, les sourcils arqués, les paupières lourdes et la chevelure pleine de fines bouclettes. Le crâne est surmonté d’une longue flamme (*ushnisha*), symbole de force spirituelle. L’autre innovation de cette période est celle du bouddha marchant, première représentation de Bouddha en mouvement.

(Le guide *Routard*, p. 58)

Selon cet exemple, plusieurs termes concernant le thème de l’art se présentent par le groupe nominal “la période Sukhothai” qui recouvre d’autres termes liés à l’art de l’époque Sukhothai, par exemple, les statues, l’ovale du visage, les sourcils arqués, les paupières lourdes et la

chevelure pleine de fines bouclettes. Ces termes sont comme les composants artistiques de l'image de Bouddha.

En conclusion, nous pouvons affirmer que les traces des paroles de l'autre et de soi marquent la présence plus ou moins explicite du rédacteur-auteur et de l'autre. Grâce au grand nombre d'informations données par les guides de voyage, il n'est pas possible de ne pas reprendre ou emprunter la parole de l'autre. En tout cas, nous constatons que le rédacteur-auteur a besoin de convaincre le lecteur par diverses stratégies. Alors, il est indispensable de mettre en texte les paroles extérieures à travers divers moyens. C'est-à-dire que le rédacteur-auteur fait appel à des paroles de l'autre à son discours pour convaincre le lecteur à croire, à accepter et à intéresser ce qu'il propose. C'est l'hétérogénéité énonciative du discours des guides de voyage. Plusieurs discours se produisent pour une seule voix majeure comme le discours des guides de voyage. Comme le dit Jacqueline Authier-Revuz, "dire l'autre pour le circonscrire et affirmer l'un."⁷⁹ Nous voyons que les rapports de coprésence des différents énoncés donnent lieu à des relations intertextuelles ou dialogiques. Il s'agit de la citation sous forme de discours rapporté et de l'apport des discours scientifique sous forme de discours géographique, historique, religieux, etc. Ces discours permettent d'établir une caractéristique marquante du discours des guides de voyage.

⁷⁹ Jacqueline Authier-Revuz, "Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l'autre dans le discours", *DRLAV*, no. 26, (1982) 140.

Chapitre III

Interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage

Le présent chapitre a pour but d'étudier les stratégies discursives de l'interaction unilatérale. Il s'agit des paroles données par le rédacteur-auteur dont la visée communicative n'est que de donner des conseils. C'est-à-dire transmettre des informations en tentant d'influencer le lecteur du guide de voyage.

Pour étudier l'interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage, nous appliquons la théorie sur l'analyse de l'interaction de Catherine Kerbrat-Orecchioni. Cette interaction peut nous conduire à distinguer les aspects pragmatiques de l'interaction. Nous nous basons aussi d'autres analyses comme celles d'Émile Benveniste, de Dominique Maingueneau et de Patrick Charaudeau consacrées successivement aux déictiques personnels évoquant la présence explicite des co-énonciateurs et aux expressions impersonnelles de conseils exprimant des actes de langage.

Dans la communication ordinaire, il y a un locuteur et un interlocuteur qui construisent une relation discursive dans une situation donnée. Cette relation discursive évoque un échange mutuel entre les deux participants. C'est-à-dire que si quelqu'un parle, il attend normalement une réponse ou une réaction de son destinataire. Comme le dit Catherine Kerbrat-Orecchioni, "tout au long du déroulement d'un échange communicatif quelconque, les différents participants, que l'on dira donc des interactants, exercent les uns les autres un réseau

d'influences mutuelles - parler, c'est échanger, et c'est changer en échangeant."¹

Mais dans le discours étudié, il n'y a pas de symétrie discursive: le discours des guides de voyage est produit par un locuteur unique et l'interlocuteur ne manifeste aucune réplique. Ce n'est pas une rencontre de face à face, mais grâce aux stratégies subtiles de l'auteur, le texte écrit semble solliciter une réponse.

Le lecteur est invité à faire part de ses remarques à travers le courrier, comme atteste, à la fin du livre, la note suivante:

À nos lecteurs...

Ces pages vous appartiennent. Notez-y vos remarques, vos impressions de voyage, vos découvertes personnelles, vos bonnes adresses. Et ne manquez pas de nous en informer à votre retour. Nous accordons la plus grande attention au courrier de nos lecteurs."

(Le guide *Bleus Évasion*, page à la fin du livre)

Également à une autre attestation, l'invitation de réponse est aussi sollicitée.

Faites-nous part de vos expériences, de vos découvertes, de vos tuyaux pour que d'autres routards ne tombent pas dans les mêmes erreurs.

(Le guide *Routard*, page à la fin du livre)

¹ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les interactions verbales, 1/ Approche interactionnelle et structure des conversations* (Paris: Armand Colin, 1998), p. 17.

Ces affirmations sont évidentes. Le discours des guides de voyage est transmis par l'auteur, lui seul. Il y a donc une seule personne transmettant sa parole à travers le texte écrit. Nous l'appelons ici le *rédacteur-auteur*, c'est celui qui fait tout discours individuel supposant un échange. En effet, nous pouvons voir que le rédacteur-auteur tente de chercher le jeu discursif qui veut être un dialogue. Ce jeu vise à provoquer la participation de son lecteur considéré comme interlocuteur, autrement dit, le lecteur du guide de voyage.

Malgré l'absence physique du locuteur et de l'interlocuteur dans la situation communicative du discours des guides de voyage, il existe une technique d'écriture qui permet d'évoquer l'image du lecteur comme s'il était dans la communication verbale.

Tout acte de parole implique un interlocuteur puisque la parole est considérée comme "une activité sociale qui s'effectue donc à plusieurs."² Ce fait social est aussi attesté par Catherine Kerbrat-Orecchioni qui donne la définition du discours des textes écrits comme "discours adressé, mais qui n'attend pas de réponse, du fait du dispositif énonciatif dans lequel il s'inscrit, ou des normes particulières qui régissent son fonctionnement (exemples : la plupart des textes écrits, et certains discours oraux, discours médiatiques, lectures poétiques, conférences magistrales, etc.). Sans être de nature dialogale à proprement parler, ces discours unilatéraux peuvent être dialogiques, dans la mesure où ils incorporent généralement plusieurs voix, imputables à autant d'énonciateurs

² Cité par Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les interactions verbales, I/ Approche interactionnelle et structure des conversations* (Paris: Armand Colin, 1998), p. 13.

distincts.”³ Dans ce cas, il est possible que le discours unilatéral des guides de voyage puisse être dialogique.

Selon cette explication, la définition du terme de *dialogue* est liée à notre travail. C'est-à-dire que les guides de voyage sont comme les textes écrits dont le discours paraît monologique, mais ils cherchent une réaction du lecteur sous les formes du dialogue. C'est donc le rédacteur-auteur qui choisit la stratégie discursive focalisée sur l'interaction verbale. De fait, nous trouvons que la structure profonde du discours étudié indique un fait d'intervention unilatérale qui ne permet aucune réponse véritable. Mais le rédacteur-auteur emploie des moyens divers à présenter une apparence dialogique à travers les actes de parole qu'il nous intéresse d'analyser dans leurs fonctionnements en situation donnée. Comme l'atteste Mikhaïl Bakhtine, “l'énoncé est le produit de l'interaction des interlocuteurs.”⁴ Alors, il est évident que chaque fois que le rédacteur-locuteur énonce, il présuppose une construction de l'interaction par l'emploi de stratégies particulières.

Ainsi, nous proposons-nous d'étudier les stratégies introduites dans l'interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage. C'est le jeu d'utilisation des pronoms personnels qui constitue les marqueurs fondamentaux de co-énonciateurs; ensuite le jeu de la représentation des actes à travers des paroles explicites et implicites des pronoms personnels.

³ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les interactions verbales, 1/Approche interactionnelle et structure des conversations* (Paris: Armand Colin, 1998), p. 15.

⁴ Cité par Sophie Moirand. Problématique énonciative et description du français, Séminaire de conception du langage, le 11 mai 2002, Université Paris III, Sorbonne Nouvelle.

3.1 Présence explicite des co-énonciateurs

Nous avons dit que les guides de voyage sont des textes écrits qui se produisent dans une situation de communication. Il s'agit ici d'une situation-interaction écrite. Le rédacteur-auteur vise à entrer en contact avec son lecteur afin d'attirer son attention et de provoquer son adhésion. Il cherche donc des procédés divers pour convaincre son lecteur, surtout, l'usage des pronoms à la deuxième personne qui implique tout acte de parole des co-énonciateurs. Comme le dit Dominique Maingueneau, "dans l'échange linguistique tout *tu* est un *je* en puissance et tout *je* un *tu* en puissance, les rôles s'inversant indéfiniment dans le jeu du dialogue. Le support de l'énonciation n'est pas tant l'énonciateur isolé que le couple JE-TU, qu'A. Culioli dénomme judicieusement les coénonciateurs d'une activité qui constitue en fait une coénonciation."⁵

Selon cette notion, c'est le rédacteur-auteur, seul, qui parle. Mais il emploie la stratégie interactive afin de produire un échange communicatif qui anticipe une réponse ou une réaction. Il instaure ainsi une communication particulière qui transforme son lecteur en co-énonciateur idéal. Cela donne l'impression d'une participation de son lecteur.

Voici les trois moyens permettant les actes interactifs que nous distinguons dans le corpus étudié:

⁵ Dominique Maingueneau, *L'énonciation en linguistique* (Paris: Hachette, 1994), p. 20.

3.1.1 Utilisation des pronoms personnels

Bien que le discours des guides de voyage soit perçu comme une parole individuelle, il fait appel toujours à un engagement de l'autre. Comme Émile Benveniste le dit, “ tout homme se pose dans son individualité en tant que *moi* par rapport à *toi* et *lui*.”⁶ En suivant cette notion, nous constatons que le “vous” utilisé implique d'autres indices personnels qui marquent l'existence des co-énonciateurs.

L'implication des co-énonciateurs est marquée d'abord par l'emploi des pronoms personnels comme nous l'avons dit plus haut. Il s'agit des trois personnes “vous, nous et on” qui sont considérées comme les “indices de personne”⁷.

Dans le corpus étudié, le discours des guides de voyage se présente comme un monologue impliquant un allocataire, le lecteur. C'est-à-dire dès que le rédacteur-auteur se manifeste comme locuteur dans l'énonciation, il attribue la présence à son allocataire en tant que lecteur.

Pour observer comment le rédacteur-auteur construit un échange communicatif, nous distinguons d'abord l'utilisation des pronoms personnels “vous, nous et on” qui évoquent un échange communicatif.

⁶ Émile Benveniste, *Problèmes de linguistique générale II* (Paris: Gallimard, 1974), p. 67.

⁷ Le terme “indice” est appelé aussi “embrayeur” (Roman Jakobson) ou “déictique” (selon un usage courant). Nous employons ici le terme “indice” selon Émile Benveniste. (Émile Benveniste 1974: 82)

3.1.1.1 Utilisation du “vous”

Ce pronom désigne l’allocutaire comme “tu” impliquant le “je”, locuteur. C’est-à-dire qu’“à la 2^e personne, *tu* est nécessairement désigné par *je* et ne peut être pensé hors d’une situation posée à partir de *je*; et, en même temps, *je* énonce quelque chose comme prédicat de *tu*.”⁸ Il s’agit de deux pronoms, l’un et l’autre sont alternativement employés par chaque interlocuteur dans un dialogue.

Dans cette optique, nous trouvons que dans le texte étudié, l’indice de personne le plus distinct est l’utilisation de la deuxième personne “vous” sous forme du pronom personnel sujet, du pronom personnel objet et de l’adjectif possessif, ces derniers se renvoient tous au lecteur. De plus, après l’explication de Dominique Maingueneau, le pronom “vous” utilisé a une “forme de distance et de politesse”⁹ qui met en évidence l’apparence des co-énonciateurs selon le cadre d’un échange verbal.

Nous observons que l’utilisation de “vous” est fréquente dans les renseignements pratiques où le rédacteur-auteur donne des conseils au futur visiteur de Thaïlande. Le rédacteur-auteur emploie le “vous” qui implique le “je” comme si le lecteur était en face de lui.

Pour clarifier le rôle du pronom “vous” utilisé dans notre corpus, nous allons voir que quelques exemples nous montrent la présence explicite du lecteur.

⁸ Émile Benveniste, *Problèmes de linguistique générale*, tome I (Paris: Gallimard, 1966), p. 228.

⁹ Dominique Maingueneau, *L’énonciation en linguistique française* (Paris: Hachette, 1994), p. 27.

À Nonthaburi, vous trouverez des bus qui vous emmèneront à Bangkok, mais le plus agréable est de prendre une des vedettes fluviales qui descend la Maenam Chao Phraya et qui vous déposera au Memorial bridge ou à l'Oriental hotel, ou l'un des nombreux embarcadères intermédiaires.

(Le guide *M.A.*, p. 147)

Selon cet exemple, le pronom “vous” sous la forme du sujet et de l’objet direct présupposent l’existence du co-énonciateur. C’est parce que le “vous” en tant qu’écouteur exprime une dépendance implicite du “je”, énonciateur. Ici, c’est le rédacteur-auteur qui conseille à son lecteur le moyen de transport de Nonthaburi à Bangkok. Le moyen le plus populaire des touristes est de prendre la vedette rapide qui sillonne les canaux de la capitale Bangkok. Cela lui donne autant de plaisirs d’une promenade sur les canaux.

Reprenons l’exemple:

Pour sillonner les *klong*, bateaux “longues-queues” et barques à moteur sont à votre disposition (embarcadères au pied de l’hôtel Oriental ou sous le pont du Mémorial: trajets fixes env. 15 Bahts). Vous pouvez aussi emprunter les vedettes omnibus du Chao Phraya Express tous les jours de 6 h à 18 h.

(Le guide *Gallimard*, p. 311)

Dans cet exemple, le “vous” sujet et le “votre” adjectif possessif créent l’espace d’un dialogue. C’est parce que l’usage de “vous” implique le co-énonciateur. Le rédacteur-auteur conseille à son lecteur le

moyen de transport fluvial. Remarquons que l'usage de "vous" du guide *Bleus Évasion* est comme celui du guide *Gallimard*. Les deux guides visent à produire un échange illusoire en inscrivant les marques de la 2^e personne dans l'énoncé.

Également dans le guide *Bleus Évasion*, l'usage de "vous" présuppose le co-énonciateur, voyons l'exemple ci-dessous:

Lorsqu'il ne comprend pas votre destination, le chauffeur de taxi peut soit vous planter sur le trottoir sans autre commentaire, soit vous emmener là où il veut que vous alliez... Le meilleur compromis consiste à repérer sur le plan l'hôtel le plus proche de l'endroit où vous souhaitez vous rendre et à l'indiquer au conducteur (qui s'attend à ce que des touristes aillent dans un hôtel).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 144)

Dans cet exemple, l'usage de "vous" sous les formes diverses, objet direct, sujet et pronom réfléchi, évoque une impression interactive du co-énonciateur. L'un est celui qui parle et l'autre celui qui écoute. Ici, le rédacteur-auteur parle d'une difficulté du chauffeur de taxi qui ne parle généralement pas l'anglais et qui ne comprend pas la destination du touriste étranger. Il conseille donc à son lecteur d'indiquer le plan de ville au chauffeur où se trouve l'hôtel le plus proche de la destination si l'on ne veut pas perdre le temps ou payer plus cher.

Le dernier exemple exprime également la présence explicite de l'énonciateur par l'usage de "vous":

Ce sont eux qu'il vous faudra prendre si vous désirez explorer les *klong* (petits canaux) qui sillonnent Thonburi.

(Le guide *Routard*, p. 116)

Selon cet exemple, le rédacteur-auteur conseille à son lecteur le moyen de transport bien pratique pour rallier certains coins de la ville de Thonburi. Il emploie le “vous” objet indirect et le “vous” sujet afin d’entrer en contact direct avec son lecteur. Il s’agit d’un conseil pratique sur une promenade fluviale de la ville de Thonburi.

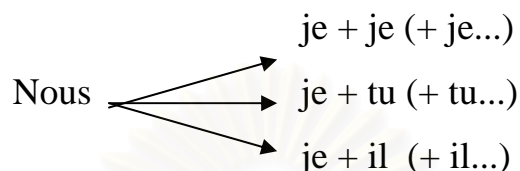
D’après les exemples, l’usage des pronoms “vous” se présente le plus souvent sous les formes diverses. Le “vous” se caractérise par la forme du sujet, de l’objet direct et de l’objet indirect et de l’adjectif possessif, dans la mesure où il désigne le lecteur du guide en tant qu’écouteur. Et grâce à sa forme de politesse, le pronom *vous* étoffe la personnalité de l’interlocuteur tout en substituant au rapport direct avec *tu* (qui suppose intimité et solidarité) une relation socialement plus distante avec l’interlocuteur.”¹⁰

En effet, nous affirmons que le pronom personnel “vous” renvoie au lecteur du guide de voyage. Ce pronom exprime le “vous” de politesse à l’adresse d’un interlocuteur inconnu qui désigne le futur voyageur. C’est un fait de respect du rédacteur-auteur qui construit des rôles discursifs selon sa vie professionnelle.

¹⁰ Martin Riegel, Jean-Christophe Pellat et René Rioul, *Grammaire méthodique du français* (Paris: Presses Universitaires de France, 1994), p. 197.

3.1.1.2 Utilisation de “nous”

D’après Dominique Maingueneau, le pronom “nous” inclut les pronoms suivants:



Dans cette optique, “*Nous*, c’est avant tout “moi avec toi” ou “moi avec lui”: il n’y a pas réellement multiplication des *je* mais extension, illimitation.”¹¹

L’examen des guides de voyage montre que le pronom “nous” employé ici correspond parfois au premier sens de “nous”, c’est-à-dire “je + je,” et parfois au deuxième sens de “nous”, “je + tu”.

Voici les énoncés que nous avons relevés et que nous avons distribués de la façon suivante:

3.1.1.2.1 “Nous” de l’équipe rédactionnelle

Le pronom “nous” a la valeur collective (je + je). Il renvoie particulièrement à l’équipe qui travaille sur la rédaction du guide de voyage. L’interprétation de “nous” dans un énoncé est liée à l’ensemble sémantique de la phrase et la donnée informative d’adresse. Le seul

¹¹ Dominique Maingueneau, *L’énonciation en linguistique française* (Paris: Hachette, 1994), p.p. 20-21.

moyen d'interpréter dépend du contexte déterminé qui nous permet de dévoiler l'identité.

Considérons les exemples ci-dessous:

Adressez-nous vos remarques et vos suggestions:

Cartes et Guides Michelin

46, avenue de Breteuil

75324 PARIS CEDEX 07

(Le guide *Michelin*, p. 280)

Selon cet exemple, le pronom “nous” avec l'impératif renvoie nettement à l'ensemble des personnes qui travaillent dans la Maison d'Édition “Michelin”. Le “nous” est considéré comme déictique où il ne réunit que l'énonciateur dans le contexte donné. Ici, le pronom “nous” en tant qu'équipe rédactionnelle joue le rôle de l'énonciateur qui énonce le propos comme une demande de remarques et de suggestions.

Reprenons l'exemple de l'usage de “nous” renvoyé aussi au groupe de travail:

Aussi conseillons-nous à nos lecteurs d'arriver la veille à Sukhothai et d'y rester la nuit. Vous y passerez une soirée douce, paisible et somme toute plaisante, loin du rythme infernal de Bangkok.

(Le guide *Routard*, p. 193)

Selon cet exemple, le pronom personnel “nous” à la forme de tournure “conseillons-nous” et l'adjectif possessif “nos lecteurs”

désignent également le collectif qui rédige le guide *Routard*. C'est-à-dire qu'ils donnent un conseil à leurs lecteurs de rester à Sukhothai. Remarquons que l'adjectif possessif "nos" précise totalement le groupe de rédacteur-auteur du guide par rapport au pronom "nous" qui le précède.

3.1.1.2.2 "Nous" de l'inclusion du lecteur

Le deuxième "nous" inclut le "je + tu". Dans ce cas, il désigne le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage. D'après le contexte, le rédacteur-auteur et le lecteur s'inscrivent dans la parole.

Prenons les exemples ci-dessous:

Le mobilier en rotin dit "Bangkok" se trouve maintenant en France. Les prix sont sans doute encore plus avantageux en Thaïlande, mais il faut vous adresser à un transporteur pour ramener les splendides fauteuils circulaires où il fait bon faire la sieste à deux, que ce soit sur la terrasse au coucher d'un soleil exotique étouffant, ou - une fois l'engin ramené - blotti devant un feu de cheminée par un hiver bien de chez nous.

(Le guide, *M.A.*, p. 159)

L'exemple plus haut nous montre que l'usage de "nous" recouvre le "je, énonciateur" et "tu, co-énonciateur". Il s'agit du rédacteur-auteur et du lecteur du guide. Le rédacteur-auteur conseille au lecteur d'acheter des fauteuils pour les apporter à la maison. Il emploie le pronom "nous" qui inclut le lecteur. C'est-à-dire que les deux personnes du dialogue se trouvent associées dans le seul pluriel de 1^{ère} personne. De là l'usage de

la préposition “chez nous” peut s’étendre au pays “la France” où résident le rédacteur-auteur et le lecteur du guide.

Reprenons un autre exemple où le “nous” désigne aussi le lecteur du guide de voyage:

C’est cette dernière période qu’on appelle la mousson et qui a mauvaise réputation auprès de ceux qui ont “la pluie triste” (c’est-à-dire nous). (...), la mousson consiste en une alternance de pluies violentes, généralement en fin de journée, et de grand soleil. C’est une période pendant laquelle on peut se baigner (il fait chaud) et faire un voyage très plaisant, d’autant plus que les Thaïs, eux, ont “la pluie gaie”.

(Le guides *Bleus Évasion*, p. 23)

Également dans cet exemple, le pronom personnel “nous” présente celui qui parle et celui qui lit. Il se réfère au rédacteur-auteur et au lecteur du guide de voyage. Étant donné que le rédacteur-auteur et le lecteur sont les Français qui n’aiment pas la pluie, l’usage de “nous” inclut du lecteur, son compatriote.

En conclusion, l’usage de “nous” indique deux sens différents, le premier “nous” laisse le rédacteur-auteur prendre en charge ses paroles, ce “nous” désigne son équipe de travail qui rédige le guide de voyage. Dans le deuxième sens, le “nous” désigne le rédacteur-auteur ainsi que le lecteur du guide de voyage. Dans ce cas, nous trouvons qu’il y a une demande d’adhésion adressée au lecteur. C’est-à-dire que le rédacteur-auteur veut attirer l’attention du lecteur et il veut le faire participer dans

une communication donnée. C'est ainsi qu'il utilise le pronom personnel de la première personne du pluriel qui renforce l'image de l'interaction. Pourtant, seule l'interprétation contextuelle permet de distinguer si le "nous" a la valeur d'une extension de je + je ou de je + tu.

3.1.1.3 Utilisation d'"on", le substitut de "nous"

Le pronom "on" est utilisé uniquement comme sujet, opposé au "nous" et au "vous" qui ont les formes variées telles que le pronom sujet, le pronom objet et l'adjectif possessif. Alors, nous proposons de distinguer le rôle du pronom sujet "on" utilisé dans les guides de voyage. Pourtant, nous pouvons interpréter l'usage d'"on" en deux sens: l'un est "on" indéfini. Comme l'explique Dominique Maingueneau, "Il s'agit, d'un point de vue morphologique, d'une 3^e personne du masculin singulier, mais que neutralise l'opposition en genre et en nombre. En effet, ce n'est pas un vrai pronom, comme *il*, qui renvoie à un antécédent avec lequel il s'accorde, mais un élément autonome qui désigne un sujet humain indéterminé."¹² Nous signalerons que nous relevons la marque formelle uniquement dans le fait interactif. Alors, nous laissons l'"on" indéfini. L'autre sens d'"on" que nous nous intéressons à étudier est l'"on" marquant une personne désignée. Pourtant, son sens ne dépend que de l'interprétation sur le contexte. Alors, nous allons observer comment l'"on" fonctionne comme "nous" selon le contexte.

¹² Dominique Maingueneau, *L'énonciation en linguistique française* (Paris: Hachette, 1994), p. 24.

Pour illustrer ce propos, prenons les exemples suivants:

Le permis de conduire international est officiellement obligatoire, mais dans les faits, très peu demandé. Nous, on le conseille.

(Le guide *Routard*, p. 245)

Dans cet exemple, nous trouvons seul le contexte énonciatif qui nous permet de distinguer si l'“on” a la même valeur d'un “nous”. Grâce à son contexte, l'“on” est précédé par le pronom personnel de la première personne du pluriel “nous”, considéré comme “le seul terme avec lequel il est associé dans une structure dite disloquée: on ne peut pas dire *Moi, on...ni, vous, on...*, ni *eux, on...*, mais seulement *nous, on...*”¹³ Le pronom personnel “nous” passe au pronom personnel “on” qui maintient à la position du “je”, énonciateur. C'est-à-dire l'équipe rédactionnelle. L'“on” équivaut donc à “nous”. Ici, le rédacteur-auteur conseille à son lecteur de porter le permis de conduire international. Dans cette optique, nous voyons que l'indicateur personnel “on” renvoie directement à la référence anaphorique “nous” qui reprend un élément du cotexte.

Le locuteur intervient dans le texte par son expérience ou par ses connaissances. Il cherche à convaincre le lecteur par la participation active. Cette participation marque la présence explicite des co-énonciateurs dont la manière de dire vise à préciser celui qui parle et celui qui écoute. Nous trouvons dans le texte des stratégies argumentatives par rapport à l'usage des pronoms personnels “vous”,

¹³ Dominique Maingueneau, *L'énonciation en linguistique française* (Paris: Hachette, 1994), p. 24.

“nous” et “on”. Ces indicateurs personnels nous amènent à distinguer d’autres manières de dire du rédacteur-auteur. Ces manières correspondent aux faits spécifiques qui influent sur le lecteur. C’est ainsi que nous continuons à analyser un autre moyen impliquant une opération des indices personnels. Ce sont des paroles explicites qui créent le contact direct relevé par le rédacteur-auteur.

3.1.2 Jeu de représentation des actes à travers des paroles explicites des pronoms personnels

Il s’agit d’une phrase impérative ou des certains mots évoquant un contact direct. Nous trouvons que dans les guides de voyage l’usage de type injonctifs-impératifs à la deuxième personne “vous” et l’usage des verbes à la valeur illocutoire présupposent une interaction directive.

Pour examiner ces stratégies d’interaction directive, nous trouvons que toutes les phrases qui expriment les actes directifs sont produites par le choix du rédacteur-auteur qui veut modifier certaines manières du lecteur dans le moment où il établit une relation directe. Dans les guides de voyage, nous observons que le rédacteur-auteur emploie de divers moyens afin de construire une situation exprimant les actes directs.

Comme les guides de voyage sont des textes écrits, il y a deux moyens que nous pouvons distinguer pour identifier les actes de langage direct. Ce sont l’emploi des injonctifs-impératifs et celui des verbes à valeur illocutoire. Ceux-ci traduisent les faits du rédacteur-auteur visant à faire agir son lecteur. Dans ce cas, le rédacteur-auteur cherche à réaliser une action guidée ou à donner un conseil au lecteur dans les actes directs.

3.1.2.1 Impératif à la deuxième personne

Les actes directs se caractérisent par l'emploi de la phrase impérative à la deuxième personne du pluriel "vous". C'est la forme que nous trouvons le plus souvent dans la partie des renseignements pratiques des guides de voyage. Cette forme exprime des actes particuliers qui "visent à produire un certain effet et à entraîner une certaine modification de la situation interlocutive."¹⁴ D'après Searle, ces actes particuliers donnent "la valeur illocutoire"¹⁵ que nous pouvons distinguer par l'emploi de l'impératif à la deuxième personne. Les actes illocutoires dits directifs sont des actes qui "consistent dans le fait qu'ils constituent des tentatives de la part du locuteur de faire faire quelque chose par l'auditeur; tentatives qui peuvent être "très modestes" ("inviter à, suggérer à", etc.) ou au contraire "ardentes" ("ordonner", "réclamer", "insister"), selon l'axe du degré d'intensité de la présentation du but."¹⁶ Dans cette optique, nous pouvons constater que la forme de l'impératif à la deuxième personne "vous" permet de réaliser des actes directifs. Il s'agit de la fonction "dire à faire". Le rédacteur-auteur du guide de voyage introduit le fait directif sous la forme de phrase impérative afin de donner la valeur illocutoire de conseils à son lecteur.

Voici cinq exemples des paroles impératives qui entraînent une action de la part du lecteur du guide:

¹⁴ Catherine Kerbrat-Orecchioni, , *Les actes de langage dans le discours, Théorie et fonctionnement*, (Paris: Nathan, 2001), p. 16.

¹⁵ Cité par Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les actes de langage dans le discours, Théorie et fonctionnement*, (Paris: Nathan, 2001), p. 19.

¹⁶ Ibid., p. 21.

Gardez les shorts et mini maillots de corps style débardeur pour la plage de Pattaya. Un pantalon, un jean et une chemise à manches courtes vous permettent d'être correct partout.

(Le guide *M.A.*, p. 110)

Selon cet exemple, l'usage de l'impératif renforce la densité de conseils pour le touriste étranger. Le rédacteur-auteur lui conseille de garder les shorts et mini maillots pour la plage de Pattaya. De plus, le touriste étranger peut s'habiller dans la rue un pantalon, un jean et une chemise à manches courtes. (Normalement, ces vêtements ne sont pas permis notamment au temple et au palais).

Reprenons l'exemple commençant par l'impératif qui présuppose également l'existence de l'interlocuteur:

Levez-vous tôt pour vous rendre au marché flottant de Damnoen Saduak (2 heures de trajet), qui ne se tient que le matin.

(Le guide *Gallimard*, p. 320)

Dans cet exemple, l'impératif présente un conseil pratique. Le rédacteur-auteur conseille le lecteur en tant que futur voyageur à se lever tôt pour visiter le marché flottant de la province de Ratchaburi qui ne fonctionne que de 7 heures à 13 heures.

Considérons l'emploi de l'impératif de l'exemple ci-dessous:

Ne quittez pas Lamphun sans admirer les superbes soieries artisanales fabriquées sur place et vendues dans les boutiques de la ville.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 184)

Dans cet exemple, l'impératif négatif marque un conseil sur la visite de la province de Lamphun où fabriquent les soieries artisanales.

Voici l'usage de l'impératif qui évoque aussi la présence du co-énonciateur:

N'acceptez jamais de faire sortir des paquets du pays pour qui que ce soit, à fortiori des connaissances de fraîche date.

(Le guide *Michelin*, p. 284)

Selon cet exemple, l'impératif négatif exprime un avertissement. Le rédacteur-auteur avertit à son lecteur de ne pas accepter des paquets de n'importe qui. C'est parce que la faiblesse et la naïveté du touriste étranger peuvent évoquer des problèmes de trafic ou de drogue.

Prenons le dernier exemple:

Prenez le bateau à 10 h devant la poste de Songkhla.

(Le guide *Routard*, p.p. 450-451)

Ici, l'impératif exprime également un conseil pratique. Le rédacteur-auteur conseille à son lecteur de prendre le bateau pour une promenade de l'île de Kohyo de la province de Songkhla où le futur visiteur peut admirer la jungle et un immense verger.

Selon les cinq exemples, les actes directs s'expriment par l'emploi des impératifs à la deuxième personne du pluriel "vous" qui nous permet d'évoquer la présence du co-énonciateur considéré comme le lecteur du guide. C'est-à-dire que toute forme impérative marque l'existence des co-énonciateurs, comme si le rédacteur-auteur s'adressait directement à son lecteur.

En effet, nous voyons que tous les impératifs renvoient à des actions pragmatiques. De plus, les deux types d'impératif ne visent pas toujours à modifier immédiatement la situation présente, si nous réfléchissons bien sur la situation de communication donnée. Ils n'expriment que des conseils positifs et négatifs au lecteur. Alors, c'est le lecteur qui doit considérer si ces renseignements pratiques sont nécessaires pour lui. Il nous semble que si le lecteur veut réussir son séjour ou son circuit touristique, il lui faut respecter ce que le rédacteur-auteur conseille. Grâce à ses expériences, il est considéré comme l'auteur expérimenté. Il sait bien ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire. Il donne les conditions véritablement nécessaires pour que le visiteur puisse réussir son circuit pendant le séjour en Thaïlande. Si l'on ne veut pas rencontrer des difficultés, alors il faut respecter ses conseils.

Pour conclure, nous pouvons dire que les renseignements pratiques donnés à travers la forme de l'impératif sont quasi indispensables pour la réussite du séjour ou du circuit touristique en Thaïlande. Cela prouve que

le rédacteur-auteur vise à convaincre le lecteur parce qu'il fournit des informations pratiques nécessaires à l'aide de l'emploi des paroles impératives dont le but est d'aider le lecteur en tant que futur voyageur à préparer son départ et vivre la Thaïlande au quotidien.

3.1.2.2 Verbes illocutoires

L'emploi des verbes illocutoires est un moyen d'établir une interaction en utilisant avec l'indicateur personnel. Le rédacteur-auteur essaie de construire un autre type d'échange à travers certains "verbes illocutoires"¹⁷ qui entraînent à la situation interactive. Le rédacteur-auteur fait comme s'il était en lieu et place du lecteur ainsi qu'il se donne un statut de savoir par ses expériences. Donc, nous trouvons que l'emploi du verbe illocutoire, notamment le verbe "conseiller" par rapport au sujet à la première personne "nous" qui explicite la position de l'énonciateur.

Nous allons voir un autre moyen qui exprime la présence des co-énonciateur:

Voici ce que nous vous conseillons de faire: partir de bonne heure avec ou sans réservation (mais, encore une fois; il est toujours préférable d'en avoir une), et profiter du paysage.

(Le guide *M.A.*, p. 117)

¹⁷ Les verbes illocutoires (selon la notion de John R. Searle) sont les unités lexicales qui permettent de donner explicitement les effets particuliers à la valeur illocutoire surtout le verbe au présent tel que "promettre, ordonner, conseiller", associés à la première personne. (Catherine Kerbrat-Orecchioni 2001: 17)

Selon cet exemple, l'usage de "nous", suivi du verbe "conseiller" exprime la présence de l'énonciateur, de même que l'usage de "vous" précise explicitement le co-énonciateur qui reçoit une proposition pour réussir son voyage. Ici, le rédacteur-auteur propose à son lecteur de faire une réservation d'un ticket de bus air conditionné pour admirer le paysage pendant le voyage routier au Sud de la Thaïlande.

Reprenons l'exemple ci-dessous:

Le permis de conduire international est officiellement obligatoire, mais, dans les faits, très peu demandé. Nous, on le conseille.

(Le guide *Routard*, p. 245)

Selon cet exemple, nous pouvons distinguer que le verbe "conseiller" par rapport à la première personne "nous" qui se manifeste la présence du rédacteur-auteur. Cette forme explicite la position du énonciateur et elle implique le co-énonciateur. Ici, le rédacteur vise à donner un conseil nécessaire au futur visiteur qui a besoin de conduire en Thaïlande. S'il n'a pas le permis de conduire international, il n'a pas le droit de conduire.

D'après les exemples ci-dessus, l'usage du verbe illocutoire, suivi du pronom personnel à la première personne présuppose également la présence des co-énonciateurs.

3.1.2.3 Futur de l'indicatif

Dans les guides de voyage, pour atténuer l'expression d'un ordre ou pour présenter un fait à venir, le futur peut aussi donner la valeur illocutoire comme l'impératif. Selon la notion de Dominique Maingueneau, "*Tu* associé à un futur est ordinairement compris comme un ordre, parfois comme une prédiction."¹⁸ Nous trouvons qu'au lieu de l'emploi de la phrase impérative qui marque la requête directe conventionnelle, le rédacteur-auteur utilise la phrase au futur de l'indicatif projetant "le procès à un moment postérieur au présent d'énonciation"¹⁹ Il s'agit du résultat supposé alors que le lecteur suit les conseils proposés ou le fait que le rédacteur-auteur suggère. C'est-à-dire que le rédacteur-auteur lui demande de faire pour avoir de bons résultats à chaque visite. Dans cette optique, nous constatons que le rédacteur-auteur veut "convaincre des destinataires autonomes, libres d'adhérer ou non, il emploie des formulations édulcorées où les impératifs sont évités."²⁰ Il est bien convenable que nous puissions appliquer à nos propos les notions précédentes. Nous remarquons que le rédacteur-auteur doit s'adresser explicitement à la deuxième personne "vous" en position du sujet du verbe et d'agent du procès exprimé. Alors, c'est la marque d'atténuation, qui rend l'ordre moins direct pour le lecteur. De plus, ce phénomène concerne le fait de l'interaction considéré comme une requête indirecte. Bien que ce fait présente un bon résultat, nous trouvons qu'il lie le fait de faire agir à des conseils proposés. C'est ce qui entraîne le

¹⁸ Dominique Maingueneau, *L'énonciation en linguistique française* (Paris: Hachette, 1994), p. 104.

¹⁹ Ibid., p. 99.

²⁰ C. Peyrouet, *Style et rhétorique* (Paris: Nathan, 1994), p. 111.

lecteur à faire ce que le rédacteur-auteur conseille. Le bon résultat marque implicitement la requête qui peut être distinguée dans le contexte linguistique. C'est ce que Catherine Kerbrat-Orecchioni appelle "la classe des sous-entendus." Cette classe "englobe toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif."²¹

Voici les paroles qui servent implicitement à adoucir la requête directe.

Vous trouverez à Bangkok de grands restaurants chinois où vous dégusterez des plats renommés comme le canard de Pékin ou le poulet mendiant, mais aussi bien de petites échoppes dans la ville chinoise qui vous serviront rapidement un délicieux riz cantonais *khao phat*.

(Le guide *M.A.*, p. 154)

L'exemple commence par le futur, précédé du pronom "vous" qui exprime une conséquence d'une visite de Bangkok. Mais le fait n'est pas encore réalisé. Au lieu d'employer la forme impérative, le rédacteur-auteur choisit, pour atténuer sa pensée, la forme "vous trouverez" qui donne aussi la valeur d'une suggestion comme la forme impérative.

²¹ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite* (Paris: Armand Colin, 1986), p. 39.

Au célèbre marché du Week-end, à Bangkok, vous trouverez tout et n'importe quoi, et le marchandage est toujours possible, voire recommandé !

(Le guide *Gallimard*, p. 315)

Comme l'exemple du guide *M.A.*, le rédacteur-auteur du guide *Gallimard* emploie le futur de l'indicatif pour donner une suggestion d'une visite du marché de Week-end à Bangkok où le futur visiteur peut trouver tous les choses.

Accueil sympathie. Vous y trouverez beaucoup d'informations locales à glaner.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 254)

Selon l'exemple plus haut, le futur prend aussi la valeur suggestive. Le rédacteur-auteur parle de l'Office tourisme où le visiteur étranger peut obtenir des renseignements, des dépliants, des cartes et toute aide à l'organisation de son voyage.

Reprenons l'exemple ci-dessus:

Là, vous trouverez location de motos et surtout des VTT (idéal pour profiter de la nature et du peu de circulation).

(Le guide *Routard*, p. 160)

Le dernier exemple du guide *Routard* présente l'usage du futur de l'indicatif. L'usage du futur indique une suggestion comme celui d'autres guides qui vise à suggérer le lieu touristique ou utile pour le

visiteur étranger. Ici, le rédacteur-auteur parle de la circulation dans l'île de Koh Chang. Il suggère le futur visiteur de prendre le vélo tout-terrain qui est le meilleur moyen de transport pour parcourir quelques pistes et sentiers.

D'après les exemples ci-dessus, l'emploi de l'impératif est écarté. Pour convaincre le lecteur, le rédacteur-auteur choisit une stratégie énonciative par rapport à la phrase assertive au futur qui peut se charger de valeur modale associée à l'avenir qui exprime une suggestion pour le futur visiteur de la Thaïlande.

Nous pouvons dire que ce futur est comme le “futur injonctif”²² qui indique une suggestion projetant dans l'avenir pour le futur visiteur. Il s'agit d'une demande implicite qui incite le futur visiteur à faire une visite d'un lieu proposé. Tous les guides de voyage utilisent le verbe “trouver” portant sur le résultat que le lecteur va obtenir s'il suit des conseils proposés. Cela implique la requête indirecte s'agissant d'un propos. C'est-à-dire qu'une phrase, telle que “Au célèbre marché du Week-End, à Bangkok, vous trouverez tout et n'importe quoi, et le marchandage est toujours possible, voire recommandé !”, sous entend “Allez au lieu proposé, vous trouverez tout ce que vous désirez.”, dont le décodage implique un calcul interprétatif permettant de faire passer à la condition déterminée. C'est-à-dire que si le lecteur se trouve dans un lieu proposé, il découvre tout ce qu'il désire.

Pour conclure, nous constatons que l'emploi du verbe “trouver” au futur de l'indicatif avec le pronom “vous” marque la présence de celui qui

²² Martin Riegel, Jean-Christophe Pellat et René Rioul, *Grammaire méthodique du français* (Paris: Presses Universitaire de France, 1994), p. 313.

parle, ici, c'est l'énonciateur qui s'adresse explicitement à la personne concernée, c'est son co-énonciateur en tant que lecteur du guide de voyage.

3.1.2.4 "Si" hypothétique

Il s'agit des suggestions probables que le rédacteur-auteur propose au futur touriste. Supposant que le lecteur va accepter sa suggestion, le rédacteur-auteur lui donne des choses raisonnables en incitant à visiter le lieu touristique comme l'intérêt.

Considérons quelques exemples:

Si vous faites un tour organisé, votre bus vous amènera sans doute, en route vers le Nord, aux ruines de Khamphaeng Phet pour une brève visite.

(Le guide *M.A.*, p. 206)

D'après cet exemple, le fait probable est une petite visite des ruines archéologiques de Khamphaeng Phet où était l'ancien avant-poste du royaume de Sukhothai. Selon ce cas, la première proposition subordonnée est comme une condition supposée concernant la possibilité d'un événement. Liée à l'hypothèse précédente, la deuxième proposition principale est considérée comme une conséquence relative à la première proposition. C'est-à-dire que la visite des ruines de Khamphaeng Phet ne se réalise que si le futur visiteur fait le voyage organisé.

Si vous vous trouvez en avril-mai tout à fait au nord de l’Isan, à Chiang Khan, vous assisterez aux rites de pêche.

(Le guide *Gallimard*, p. 327)

Selon l’exemple, la condition proposée est la proposition subordonnée “si vous vous trouvez en avril-mai tout à fait au nord de l’Isan, à Chiang Khan”, liée à la proposition principale “vous assisterez aux rites de pêche.” Le futur visiteur peut visiter Chiang Khan pour participer aux rites de pêche du poisson-chat géant du Mékong suscitant l’admiration.

Si vous vous y rendez à cette occasion, vous aurez peut-être la chance d’être accueilli par une cérémonie de *bai sri*, propre à l’I-San et au Laos, dont l’objet est d’honneur un hôte de marque.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 221)

Cet exemple indique un fait possible marqué clairement par l’adverbe “peut être” par rapport à une condition de la proposition subordonnée “Si vous vous y rendez à cette occasion”. D’après la condition proposée, le rédacteur-auteur propose une activité, c’est d’aller visiter Nakhon Phanom, célèbre pour la grande fête de procession de bateaux illuminés; le lecteur peut aussi assister à la cérémonie de *bai sri*, destinée aux touristes étrangers.

Si vous sortez des grandes routes, vous découvrirez un certain nombre de villages dans le même genre.

(Le guide *Routard*, p. 263)

Le dernier exemple exprime également une condition-conséquence par une donnée suggestive. Le futur visiteur peut rencontrer partout un village des Karens de Mae Hong Son à Mae Sariang. Dans ce cas, le rédacteur-auteur donne une raison d'entreprendre une visite intéressante des tribus montagnardes.

En tout cas, selon les exemples, au lieu d'employer la phrase de l'impératif ou une autre forme équivalente, par exemple, "Allez à..." ou "Vous pouvez visiter...", le rédacteur-auteur choisit d'utiliser "si" à l'indicatif présent qui donne le fait atténué comme le fait possible. C'est un autre moyen d'inciter le lecteur à s'intéresser à ce qu'il propose et de faire la participation comme un échange. C'est parce que l'utilisation de la forme "si" hypothétique à l'indicatif présent indique un fait dans le futur, en mettant en contact avec le lecteur, par exemple, "si vous faites un tour organisé", "si vous vous trouvez en avril-mai tout à fait au nord de l'Isan, à Chiang Khan". Le rédacteur-auteur intègre des opinions par l'usage de "si vous..." évoquant une interaction. Ces opinions concernent des faits dans le futur par rapport à son actualité comme un outil d'interaction.

3.1.2.5 Auxiliaires modaux: "pouvoir" et "devoir"

Les verbes auxiliaires modaux sont utilisés pour indiquer une intention du rédacteur-auteur portant sur les actes indirects conventionnels. C'est-à-dire que le rédacteur-auteur les utilise pour donner au lecteur des conseils qui expriment deux valeurs, la possibilité et l'obligation.

Nous distinguons les formes des verbes modaux comme les suivants:

3.1.2.5.1 Forme assertive à la deuxième personne avec le verbe auxiliaire modal “pouvoir”

La forme assertive à la deuxième personne comporte un auxiliaire modal “pouvoir” à l’indicatif ou au conditionnel; il s’agit de la capacité de faire. Dans le guide de voyage, nous trouvons que le verbe modal “pouvoir” est suivi de l’infinitif. Il montre que le rédacteur-auteur veut préserver le contact avec son lecteur. Comme le dit Harald Weinrich, “si le verbe de modalité est placé devant un infinitif, on désigne alors une disposition (physique ou psychique) à l’action.”²³ C’est-à-dire que le rédacteur-auteur essaie d’établir le contact par l’usage des auxiliaires modaux afin de donner des conseils à son lecteur. Ces conseils expriment une possibilité de la préparation ou un conseil pratique avant le départ ou pendant son séjour en Thaïlande.

Prenons les exemples suivants:

Vous pouvez trouver à Paris vols vers Bangkok à partir des différentes capitales d’Asie.

(Le guide *M.A.*, p. 112)

Le verbe auxiliaire modal pouvoir, suivi de l’indicatif, indique une possibilité de prendre un service d’agent de voyage à Paris pour des vols vers Bangkok. Le rédacteur-auteur conseille au lecteur de faire une

²³ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier/Hatier, 1989), p. 191.

réserve à Paris. C'est parce que la ligne de Paris-Bangkok est desservie par une trentaine de compagnies internationales.

Vous pouvez déjeuner dans l'un des restaurants du Rose Garden, à Samphran, sur la route nationale qui ramène à Bangkok.

(Le guide *Gallimard*, p. 322)

Dans l'exemple ci-dessus, le rédacteur-auteur suggère au lecteur de déjeuner dans un restaurant du Rose Garden où le visiteur peut profiter des spectacles de danse traditionnelle, de boxe thaï et de dressage d'éléphants.

Voici l'exemple qui exprime également la présence explicite du co-énonciateur:

Vous pouvez importer en franchise un appareil photo avec 5 films et une caméra avec 3 films.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 26)

Selon cet exemple, le verbe auxiliaire modal "pouvoir" marque une possibilité de l'importation des matériels photographiques. Ici, le rédacteur-auteur parle de la douane thaïe qui règle la quantité autorisée de matériel de valeur. Il s'agit d'un conseil sur le droit limité d'importation des matériels photographiques.

Reprenons le dernier exemple:

Vous pourrez utiliser sa salle d'eau ouverte aux gens de passage.

(Le guide *Routard*, p. 445)

Selon cet exemple, la présence du co-énonciateur est explicite par l'usage du verbe auxiliaire modal "pouvoir", précédé d'un pronom "vous" qui manifeste une suggestion. De plus cette forme implique l'énonciateur qui vise à donner un conseil sur la salle de bain, à la baie de Ao Sone de l'île Tarutao où se trouve le seul bungalow.

3.1.2.5.2 Forme assertive à la deuxième personne avec le verbe auxiliaire modal "devoir"

La forme assertive à la deuxième personne comporte un auxiliaire modal "devoir" à l'indicatif; il s'agit d'un fait linguistique plus fort que les expressions citées "vous pouvez ou vous pourrez". Le verbe auxiliaire "devoir" exprime une obligation. C'est une des formulations des actes indirects de requête que Catherine-Kerbrat Orecchioni appelle "la requête indirecte conventionnelle"²⁴ dont la structure se présente par la phrase assertive comportant un modalisateur déontique "vous devez".

Pour la réussite de la visite, le rédacteur-auteur emploie cette forme exprimant le fait que le futur visiteur doit pratiquer. Nous considérons

²⁴ C'est une forme qui a le caractère autoritaire indiquant une obligation. (Catherine Kerbrat-Orecchioni 2001: 102)

comme des conseils nécessaires ou obligatoires pour le futur visiteur-lecteur à condition que le fait requis réponde à son besoin et à son voyage.

Prenons des exemples suivants:

Tradition oblige: c'est en train que vous devez gagner Kanchanaburi, depuis la gare de Hualampong à Bangkok (120 km).

(Le guide *Gallimard*, p. 328)

Selon cet exemple, l'expression modale "vous devez", suivi d'un infinitif marque un conseil qui indique la tradition oblige. Si le futur visiteur prend le train spécial à la gare de Hualampong. Ce train offre un itinéraire touristique par la province de Nakornpathom et celle de Kanchanaburi. C'est-à-dire qu'il y a un train spécial du week-end ou des jours fériés qui prévoit une visite de deux lieux touristiques.

Si vous voulez rapporter des petites graines ou des plantes locales, vous devez demander une autorisation d'importation au ministère de l'Agriculture en France (s'il s'agit de graines de pavot, c'est formellement interdit).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 26)

Dans l'exemple ci-dessus, le verbe auxiliaire "devoir" exprime un conseil nécessaire. Cette expression impose au visiteur la nécessité d'une demande d'autorisation d'importation au ministère de l'Agriculture en

France, si le futur visiteur veut rapporter notamment de graines ou des plantes locales. Mais des graines de pavot ne sont pas permises.

Considérons l'exemple ci-dessous:

Tout est propre et bien entretenu, mais le confort est très basique et vous devez accepter une certaine discipline (quelques douches en plein air, sinon au seau, pas d'électricité après 22 h).

(Le guide *Routard*, p. 444)

Dans cet exemple, le verbe modal se manifeste comme un conseil nécessaire que le futur visiteur ne peut pas refuser. À cause de l'infrastructure d'accueil très élémentaire de l'île Tarutao. Il faut donc que le visiteur doive accepter quelques disciplines pour vivre sur ce lieu touristique.

Selon les exemples ci-dessus, nous pouvons voir que les deux moyens marquent avant tout une interaction directe en donnant des conseils directs au lecteur. Il s'agit du déictique personnel "vous" lié aux actes explicites dont le but est d'influencer un certain comportement du lecteur qui deviendra un futur visiteur.

Ensuite, nous allons présenter les paroles qui excluent tout indice personnel, mais elles peuvent marquer les traces sous-jacentes du rédacteur-auteur.

3.2 Présence implicite des co-énonciateurs

Si nous considérons les paroles impératives comme des actes à valeur illocutoire, nous trouvons également que plusieurs actes expriment implicitement une requête qui vise à demander de *faire*. La structure de ces actes n'est pas comme celle de l'impératif ou d'autres structures avec les pronoms personnels "vous", "nous, et "on". Mais les paroles sans l'indice personnel peuvent également fonctionner comme les paroles impératives, présentant les actes directs. Cela correspond à l'intention du rédacteur-auteur qui cherche à établir une interaction avec son lecteur.

3.2.1 Jeu de représentation des actes à travers des paroles sans pronom personnel

Il s'agit des paroles permettant d'établir les actes interactifs sans indice de personne. Mais, nous pouvons remarquer l'implication du locuteur à travers des transformations syntaxiques sous-jacentes malgré l'absence des indicateurs personnels dans le fil du discours.

Nous nous intéressons à quatre formes principales d'implication du locuteur qui peuvent présenter les faits interactifs existant dans les guides de voyage comme les suivants:

3.2.1.1 Salutation

C'est une stratégie qui exprime les actes directs du rédacteur-auteur. La salutation du mot thaï "Sawasdee" ou en français "Bonjour" est considérée comme acte rituel constituant un échange communicatif.

Comme l'explique Catherine Kerbrat-Orecchioni, "tout interaction est en principe encadrée par deux séquences liminaires à fonction phatique, la séquence d'ouverture et la séquence de clôture. Elles ont pour fonction d'organiser le début et la fin de la rencontre, qui constituent deux moments particulièrement délicats à gérer pour les interactants dans la mesure où ils impliquent une rupture par rapport à l'état précédent."²⁵

Dans ce cas, nous observons que le rédacteur-auteur emploie la salutation en thaï "Sawasdee" pour ouvrir une interaction bien qu'il y ait une seule personne qui parle. C'est-à-dire que le rédacteur-auteur, lui seul, construit la stratégie de salutation en contexte afin d'entrer en contact et de donner l'illusion d'une interaction, adressée à son lecteur.

Alors, nous allons voir comment l'ouverture d'un échange fonctionne dans le guide de voyage.

Sawadee, bienvenue!

Gâté par la nature, l'ancien royaume du Siam n'a pas que le charme de son sourire : montagnes aux contours d'estampes, vallées tapissées de rizières, (...)

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 8)

La parole initiale de salutation en thaï "Sawadee" suivie d'une séquence d'informations fournie par le rédacteur-auteur, lui-même. Il s'agit d'une explication des caractères de la Thaïlande tels que la prospérité naturelle du pays et la beauté de la nature. Dans cette optique, nous voyons que pour donner des informations sur la présentation de la

²⁵ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les actes de langage dans le discours* (Paris: Nathan, 2001), p.p. 110-111.

Thaïlande, le rédacteur-auteur commence le mot thaï “Sawasdee” établissant le contact avec son lecteur.

Reprenons un autre exemple:

Douceur d’un pays et de ses habitants. Frénésie et joie de vivre. Nuits folles de Bangkok, Chiangmaï ou Pattaya. Bazars tentaculaires, échoppes, hôtels de charme, restaurants aux mets aussi raffinés qu’étranges. L’Asie insolite vous attend. Sawadee!

(Le guide *Gallimard*, la couverture)

La parole finale de salutation en thaï “Sawadee” est précédée d’une séquence d’informations due au rédacteur-auteur. Il s’agit d’une présentation générale de la Thaïlande, par exemple, les principaux attraits, le shopping, le logement et la restauration. Dans cette optique, le rédacteur-auteur fournit d’abord des informations en forme d’une petite introduction de la Thaïlande et finit par le mot thaï “Sawasdee” qui indique la fin d’une séquence. Remarquons que la salutation par le mot “Sawasdee” dans les deux exemples ne se trouve pas à la même place dans la séquence. L’une précède les informations données et l’autre suit les informations. Pourtant, tous les deux “Sawasdee” en tant que salutation établissent le contact que Catherine Krabrat Orecchioni résume que “par la salutation, le salueur manifeste qu’il prend en compte la présence de l’autre dans son champ perceptif et qu’il est disposé à engager avec lui un échange communicatif”.²⁶ De plus, selon les notions de Jean-Michel Adam et de Marc Bonhomme, ils nomment cet échange

²⁶ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les actes de langage dans le discours* (Paris: Nathan, 2001), p. 111.

“un échange ébauché.”²⁷ C’est une technique subtile du rédacteur-auteur qui permet de donner des informations en se mettant en contact avec son lecteur. Remarquons qu’au lieu de dire “Bonjour”, le rédacteur-auteur emploie “Sawasdee”. Dans ce cas, nous trouvons aussi que la salutation “Sawasdee” peut être utilisée en vue de stimuler une interaction chez le lecteur ainsi qu’à nous faire connaître le mot exotique qui exprime l’acte rituel. Cet acte exprime la politesse considérée comme salutation des Thaïs qui emploient ce mot pour l’ouverture et la clôture du dialogue selon tel ou tel cas.

3.2.1.2 Exclamation

Ce phénomène se caractérise par l’intonation exprimant des sentiments du locuteur. Comme nous avons dit, les guides de voyage sont comme les textes écrits. Alors, un seul moyen de distinguer ces actes directs est par l’usage des phrases exclamatives qui se terminent par un point d’exclamation marquant le sentiment exprimé du rédacteur-auteur. À travers cette structure, nous pouvons étudier l’effet de dialogue qui joue le rôle important dans la communication écrite.

Voici des exemples d’actes exclamatifs:

Chiangmaï est une ville dont les dimensions et le climat permettent de se déplacer à pied pour la plupart des trajets. C’est d’ailleurs un bon entraînement pour ceux qui veulent ensuite gagner les villages de montagnes!

(Le guide *M.A.*, p. 218)

²⁷ Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, *L’argumentation publicitaire* (Paris: Nathan, 1997), p. 38.

Selon l'exemple ci-dessus, le fait exclamatif se présente sous forme de phrase simple qui commence par "c'est" et se termine par le point d'exclamation. Grâce à cette marque nous pouvons distinguer le fait exclamatif de celui de l'affirmatif. La phrase "c'est d'ailleurs un bon entraînement pour ceux qui veulent ensuite gagner les villages de montagnes !" exprime simplement une vive émotion du rédacteur-auteur. Grâce au climat favorable de Chiangmaï, le rédacteur-auteur conseille à son lecteur de se promener. Puis, il lui ajoute, pour mieux comprendre une randonnée authentique et assez sportive, bien que la distance soit longue et fatigante, il est préférable de faire des randonnées pour la découverte des villages minorités ethniques et du paysage.

Reprenons un autre exemple:

Mais attention! La cuisine thaïe est extrêmement épicée.

(Le guide *Gallimard*, p. 314)

Selon l'exemple ci-dessus, l'exclamation commence par le mot "Attention", suivi de phrase simple qui donne une explication. Ce mot est équivalent à l'impératif "Faites attention" comme nous avons dit dans le chapitre I. C'est un type de phrases injonctives qui met l'accent sur un sentiment du rédacteur-auteur. Par le sens dans le contexte, le rédacteur-auteur veut avertir à son lecteur de faire attention au plat thaï épicé.

Considérons la phrase exclamative ci-dessus:

La vitesse est limitée à 60 km/h en agglomération et 80 km/h sur route. La police est assez présente sur les grands axes...et les radars aussi!

(Le guide *Bleus Évasions*, p. 57)

Selon l'exemple précédent, le rédacteur-auteur n'informe que sur le code de la route et la vitesse limitée au futur voyageur qui veut conduire en Thaïlande. Cette phrase n'est pas seulement une simple information, mais aussi un avertissement sur les règles de conduite. Pour imposer l'attention, le rédacteur-auteur ajoute les mots "les radars aussi" qui indiquent qu'il faut faire plus attention à cause des radars-surveillances contrôlant de la vitesse des voitures. De plus, la phrase se termine par le signe d'exclamation. Il a recours au signe d'exclamation après le mot "aussi" qui exprime son rôle dans le mécanisme de l'échange verbal. Il s'agit de l'intonation subjective qui implique la présence du locuteur. Ce fait exclamatif se présente comme si le locuteur parlait devant quelqu'un qui l'écoute.

Splendide ! Magnifiques bouddhas également, de terre cuite ou en céramique.

(Le guide *Routard*, p. 199)

Selon l'exemple ci-dessus, le fait exclamatif se présente par l'emploi d'un terme hyperbolique soulignant le ton exclamatif. Cet énoncé est répétitif. Il sert à renforcer ce que le locuteur a perçu. Comme il précède le terme hyperbolique, "magnifique". Ce terme

signifie également le même sens. Selon la définition du *Petit Robert*, le sens du mot “magnifique” est “qui a une beauté, une somptuosité pleine de grandeur et d’éclat”²⁸ et celui de “splendide” est “d’une beauté éclatante.”²⁹ Dans cette perspective, le sens du terme “magnifique” est équivalent à celui de “splendide”. Le rédacteur-auteur manifeste un sentiment avec effet particulier devant la beauté des bouddhas.

Enfin, nous pouvons dire que la parole exclamative indique la valeur modale donnant les effets intonatifs particuliers et traduisant un sentiment d’admiration, d’encouragement et d’avertissement comme dans les exemples cités. Notons que pour exprimer l’émotion ou le sentiment, le point d’exclamation joue le rôle important dans le texte écrit. C’est parce qu’il est le seul moyen de distinguer l’intonation du rédacteur-auteur. La phrase simple ou le mot isolé peut devenir l’énoncé exclamatif par le point d’exclamation qui souligne le ton exprimant “le sentiment de surprise, d’étonnement, une vive émotion devant un fait inattendu.”³⁰ Cela évoque un fait interactif. Comme le dit Jacques Popin, le point d’exclamation dans le texte écrit “s’efforçait jusque-là de dissimuler la présence de l’énonciateur.”³¹ Il s’agit de la présence implicite du locuteur en tant que rédacteur-auteur qui veut entrer en contact avec son lecteur.

²⁸ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires le Robert, 2000), p. 1487.

²⁹ *Ibid.*, p. 2393.

³⁰ Hervé-D. Béchade, *Syntaxe du français, moderne et contemporain* (Paris: Presses Universitaires de France, 1989), p. 231.

³¹ Jacques Popin, *La ponctuation*, (Paris: Nathan, 1998), p. 101.

3.2.1.3 Interrogation

Les actes interrogatifs expriment en principe une demande d'information que le locuteur adresse à son interlocuteur. Ces actes se présentent par l'emploi de phrases interrogatives correspondant à l'acte d'interroger. Bien que le guide de voyage soit considéré comme un écrit, les actes interrogatifs se présentent sous forme interrogative évoquant un échange particulier. Nous remarquons que la présentation d'une demande utilisée dans le guide de voyage est classée en deux cas: ce sont "la demande d'un dire et la demande d'un faire".³² La demande d'un dire est considérée comme une simple question focalisée sur une information précise. Et la demande d'un faire ou une "requête"³³ prend appui sur la forme interrogative passant à l'acte illocutoire. Il s'agit de viser à demander de faire quelque chose. Comme l'explique Catherine Kerbrat-Orecchioni, "lorsque la demande porte sur l'ensemble d'une tâche langagière, et non sur une information particulière, on a tendance à parler de "requête" plutôt que de "question".³⁴

Ainsi nous allons considérer d'abord la demande qui évoque une interaction.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³² Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les actes de langage dans le discours* (Paris: Nathan, 2001), p. 84.

³³ Catherine Kerbrat-Orecchioni appelle une demande de faire "une requête". C'est un type particulier de requête qui peut exprimer l'acte indirect de demander de faire.

³⁴ Ibid, p. 85.

Où dormir ?

Nos hôtels les plus abordables se trouvent dans Niphat Uthit 2 Road. Pour y aller de la gare ferroviaire, descendez la rue en face, c'est la 3^e rue à gauche, puis à droite. (...)

(Le guide *Routard*, p. 436)

D'après cet exemple, la demande du rédacteur-auteur joue le rôle particulier. Le rédacteur-auteur pose la question portée sur la position du logement à l'aide de l'adverbe interrogatif "où?". Cette question évoque en principe le fait dialogique du locuteur et de l'interlocuteur, les seuls, qui peuvent établir le contact de question-réponse: "la question sur la position appelle comme réponse une indication de lieu."³⁵ Dans cette optique, il nous semble que le rédacteur-auteur interroge son lecteur pour obtenir une réponse. Pourtant, ce fait est illusoire puisque il n'engage qu'une seule partie. La question "Où dormir ?" permet au rédacteur-auteur, lui-même, de fournir des informations pratiques dans le contexte donné. Il s'agit de donner les adresses d'hébergement pendant le séjour, telles que des hôtels et des auberges de jeunesse. De plus, nous trouvons que l'acte interrogatif se produit par la question sur la position. Cette question "retourne l'attente de l'interlocuteur de façon suggestive"³⁶. Le futur voyageur (lecteur du guide) est guidé de façon plus nette à l'aide des informations fournies par le rédacteur-auteur. C'est une suggestion de loger dans des hôtels proposés par le rédacteur-auteur.

³⁵ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier/Hatier, 1989), p. 550.

³⁶ Harald Weinrich, *Grammaire textuelle du français* (Paris: Didier/Hatier, 1989), p. 558.

En effet, nous constatons que l'interaction peut se réaliser dans les actes de question. Il s'agit d'une interrogation ouverte, c'est-à-dire que le locuteur-rédacteur s'adresse à l'interlocuteur-lecteur du guide en posant une question ouverte qui implique en principe une réponse. Mais le couple question-réponse se produit par le rédacteur-auteur, lui-même, et son apparition extérieure est considérée comme une communication unilatérale. Comme le notent Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, "les actes interrogatifs qui caractérisent le dialogisme publicitaire, sont illusoires dans la mesure où le cotexte limite les virtualités interactives engendrés par l'interrogation. L'annonceur révèle immédiatement la réponse présupposée dans la question."³⁷

Dans cette optique, les questions posées par le rédacteur-auteur servent à attirer l'attention du lecteur en visant à donner des renseignements pratiques. Pour l'entrée dans le contact, le rédacteur-auteur feint de s'adresser à son lecteur, mais il répond à sa propre question.

Signalons que cette interrogation est une catégorie particulière de question. Elle est produite par le rédacteur-auteur qui s'interroge en apportant lui-même des informations.

Pour illustrer cette notion, voyons la forme des actes interrogatifs comme le schéma suivant:

³⁷ Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, *L'argumentation publicitaire* (Paris: Nathan, 1997), p. 38.

Pronoms interrogatifs	Verbe à l'infinitif	Point d'interrogation (?)
Que	voir en Thaïlande	?
Où	dormir	?
	manger	?
	boire	?
	plonger	?
	acheter	?
Comment	partir	?
	y aller	?

Selon le schéma ci-dessus, nous pouvons voir que toutes les questions que nous avons relevées sont utilisées comme titres, intertitres à partir desquels le rédacteur-auteur donne des informations exprimant des suggestions à l'aide des formes interrogatives.

3.2.1.4 Qualificatifs élogieux

Pour atteindre le but convoité, le rédacteur-auteur recourt aussi à la stratégie du compliment. Il s'agit des termes qui marquent la subjectivité du rédacteur-auteur, focalisée sur les adjectifs positifs et le choix du terme qui donne l'effet de métaphorisation. L'usage des termes positifs met en valeur le fait d'admirer les lieux touristiques ou des objets perçus en persuadant le lecteur à visiter des lieux proposés. C'est un des moyens qui expriment la présence implicite du rédacteur-locuteur dans son énoncé malgré l'absence de l'indicateur personnel. De fait, il peut exprimer une réaction émotionnelle du rédacteur-auteur comme si le rédacteur-locuteur était devant l'objet perçu, en se présentant devant

quelqu'un qui reçoit des informations transmises ou qui écoute en tant qu'auditeur. Le rédacteur-auteur exprime en effet sa subjectivité à travers des adjectifs positifs qui déterminent la caractérisation et l'évaluation des attraits touristiques.

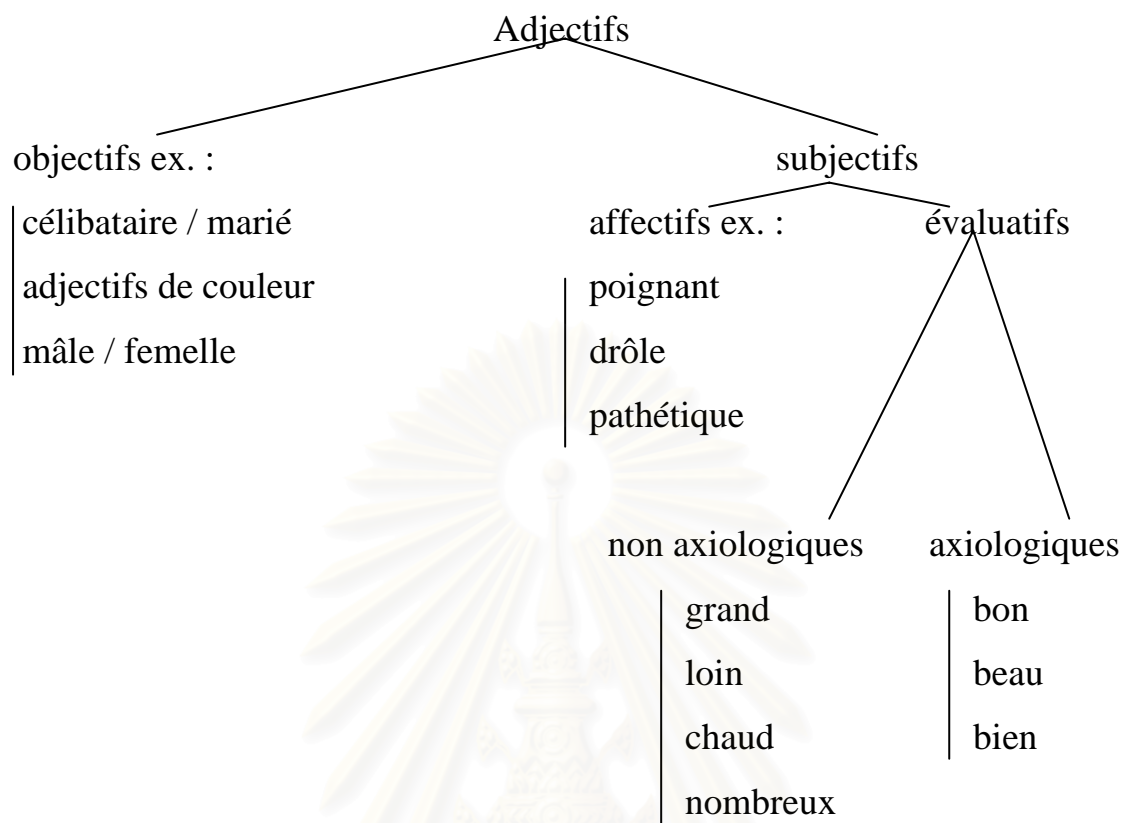
Catherine Kerbrat-Orecchioni distingue deux aspects de l'emploi des "adjectifs de la subjectivité"³⁸: les adjectifs affectifs concernant la parole d'un sentiment du locuteur et les adjectifs évaluatifs non axiologiques et axiologiques correspondant à l'évaluation du locuteur. Dans ce cas, le rédacteur-auteur exprime sa subjectivité dans sa propre parole pour donner une valeur appréciative.

Pour observer le fonctionnement de ces termes, nous empruntons le schéma de Catherine Kerbrat-Orecchioni qui propose les "quatre catégories d'adjectifs subjectifs"³⁹ comme le suivant:

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³⁸ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation* (Paris: Armand Colin, 1997), p.p. 84-85.

³⁹ Ibid., p. 84.



En ce qui concerne notre étude, nous nous intéressons à étudier le fonctionnement des “adjectifs affectifs et des adjectifs évaluatifs”⁴⁰ qui nous frappent parce que ces termes apparaissent nombreux dans le discours des guides de voyage et ils ont plus d’influence sur le rôle interactif et le pouvoir argumentatif.

Afin d’argumenter ou attirer l’attention du lecteur du guide de voyage, le rédacteur-auteur utilise un grand nombre des qualificatifs élogieux sous forme d’adjectifs affectifs, évaluatifs et d’expressions

⁴⁰ Pour notre travail, nous appelons les adjectifs affectifs, les adjectifs évaluatifs et les expressions imagées “les qualificatifs élogieux.” C’est parce que l’utilisation de ces termes sont le précédé de “qualification”. Il s’agit de l’utilisation des termes qui qualifient les sites touristiques ou les objets perçus. Par ailleurs, après notre observation de corpus étudié, le nombre des termes d’appréciation des guides de voyage se distinguent par l’usage des termes d’éloge ou d’appréciation.

imaginées exprimant sa réaction d'émotion. Ces qualificatifs ou adjectifs subjectifs présentent la qualité des attraits ou des objets perçus.

Voici une explication de l'usage des qualificatifs élogieux qui expriment expressément la subjectivité positive du rédacteur-auteur:

3.2.1.4.1 Qualificatifs élogieux à valeur superlative absolue

Ils établissent une relation à l'intérieur de l'ensemble d'une parole. Comme l'explique Patrick Charaudeau, le superlatif absolu exprime "le degré maximal de la quantité ou l'intensité du terme qualifié, mais sans comparaison."⁴¹ Dans cette optique, dans les guides de voyage, ces adjectifs expriment en eux un degré élevé de grandeur, de beauté ou d'appréciation, par exemple, "magnifique", "merveilleux" et "superbe".

Voici les paroles positives qui présentent la subjectivité du rédacteur-auteur sous la forme des adjectifs positifs au niveau suprême:

Il est connu pour les superbes concrétions calcaires couvertes de jungle qui forment un entrelacs d'îlots dans une baie superbe.

(Le guide *M.A.*, p. 248)

Dans l'exemple ci-dessus, selon le contexte, deux adjectifs expriment la qualité esthétique de la baie de Phangna qui se caractérise par la beauté naturelle de la jungle et des îlots calcaires de toutes les formes, sculptés naturellement par l'érosion. Le terme "superbe" utilisé

⁴¹ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l'expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 365.

avec le nom “vue” signifie “très beau, d’une beauté évidente, magnifique”.⁴²

Mae Koh (l’île de la mère des îles), célèbre pour son lac intérieur, possède une plage magnifique cernée d’imposantes falaises.

(Le guide *Gallimard*, p. 206)

Quant à cet exemple, le rédacteur-auteur loue l’île de Mae Koh dans le parc national marin d’Ang Thong à Surat Thani. Il emploie donc l’adjectif “magnifique” et “imposant” pour intensifier la valeur de ce site. Au lieu de dire “une belle plage” ou de grandes falaises”, le rédacteur-auteur utilise les adjectifs à la valeur superlative absolue. Le terme “magnifique” signifie “très beau”⁴³ s’il est utilisé avec le nom “paysage” et celui de “imposant” désigne les falaises “dont la grandeur frappe l’imagination”.⁴⁴ Sur ce point, nous trouvons deux considérations positives. L’une est la considération qualitative relative à la qualité et l’autre est la considération quantitative liée à la quantité du site Mae Koh. C’est-à-dire que le rédacteur-auteur donne la valeur suprême de la beauté d’une plage ainsi que celle de la grandeur mesurable des falaises d’un site touristique.

Le lac pittoresque formé par le barrage sur la rivière Pattani reflète un magnifique paysage de montagnes. La route en lacet offre des vues superbes.

(Le guide *Michelin*, p. 194)

⁴² *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires le Robert, 2000), p. 2429.

⁴³ *Ibid.*, p. 1487.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 1275.

Dans cet exemple, le sens de l'adjectif "magnifique" est équivalent de celui de l'exemple précédent du guide *Gallimard*. Il marque le jugement esthétique d'un paysage du lac Than To à la province de Pattani. Cet adjectif donne l'image esthétique de la nature montagneuse. Quant à l'adjectif "superbe", le sens est équivalent de celui de l'exemple du guide *M.A.* qui insiste sur le degré d'intensité de la beauté du site. Dans ce cas, nous trouvons que les termes "magnifique" et "superbe" désignent la beauté du site dont la valeur esthétique est supérieure.

On remarquera aussi un superbe bouddha de bronze de 1,60 de haut, protégé par un *naga*, daté de 1183 et une curieuse statue représentant un disciple bouddhiste à tête ronde et sourire extatique (XIV^es.).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 121)

L'adjectif "superbe" dans l'exemple ci-dessus exprime également la beauté du bouddha représenté dans le musée national à Bangkok. Le rédacteur-auteur apprécie la beauté du bouddha de bronze, protégé par un *naga*. Il emploie donc l'adjectif "superbe" pour donner un jugement favorable sur le bouddha à la valeur maximum.

Ensuite, on pénètre dans la baie de Phang Nga, un paysage unique au monde. A perte de vue, de gigantesques formations calcaires qui n'en finissent pas de tomber à pic dans la mer.

(Le guide *Routard*, p. 409)

Dans le dernier exemple, le sens de l'adjectif "unique" marque la singularité du paysage où possède la baie de Phang Nga, comme le

désigne le dictionnaire *Le Petit Robert*, le terme “unique” signifie “qui est le seul de son espèce ou qui dans son espèce présente des caractères qu’aucun autre ne possède; qui n’a pas son semblable”.⁴⁵ En ce qui concerne l’adjectif “gigantesque” désigne la grandeur de la forme des formations calcaires de la baie. Comme l’explique le dictionnaire *Le Petit Robert*, “gigantesque” signifie “qui tient du géant; qui, dans son genre, dépasse de beaucoup la taille ordinaire ou qui, l’échelle humaine, paraît extrêmement grand.”⁴⁶ Dans cette optique, la valeur esthétique des termes “unique” et “gigantesque” est absolue. L’un marque la singularité et l’autre la dimension considérable des attraits.

D’après les cinq exemples, les qualificatifs élogieux marquent, par le sens, un degré suprême, un jugement de valeur dans l’absolu qui qualifie la qualité et la quantité d’attraits touristiques. Selon ce cas, nous trouvons que les adjectifs utilisés ont un valorisant, et le degré d’intensité est au niveau suprême. Les marques appréciatives expriment notamment la dimension qualitative (la beauté) et quantitative (la grandeur) des sites et des objets que le rédacteur-auteur propose au lecteur du guide de voyage.

Nous relevons donc la liste de l’usage dominant des qualificatifs élogieux à la valeur superlative absolue de tous les guides de voyage comme ci-dessous:

⁴⁵ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires le Robert, 2000), p. 2620.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 1140.

Schéma récapitulatif des qualificatifs élogieux à la valeur superlative absolue de tous les guides de voyage			
Qualificatifs de la grandeur	Qualificatifs de la Beauté	Qualificatifs de la surprise	Qualificatifs de la singularité
Colossal	Élégant	Étonnant	extraordinaire
Énorme	Excellent	Absolu	Incomparable
Géant	Exquis	Exceptionnel	Incontestable
Gigantesque	Fascinant	Fantastique	Seul
Immense	Magnifique	Formidable	Unique
Imposant	Majestueux	Impeccable	
Monumental	Merveilleux	Incrovable	
	Luxueux	Inouï	
	Somptueux		
	Splendide		
	Sublime		
	Superbe		

Selon le schéma récapitulatif, nous voyons que l'usage des qualificatifs élogieux est classé en quatre groupes. Le premier groupe marque la dimension considérable de la grandeur, le deuxième marque la beauté, le troisième le sentiment de surprise et le dernier la singularité des objets et des lieux perçus. Ces qualificatifs expriment la présence implicite du rédacteur-auteur à travers la subjectivité. Le rédacteur-auteur montre son appréciation sur des lieux touristiques et des objets. Ces marques appréciatives jouent le rôle de modalité appréciative positive qui évoque la présence implicite du locuteur.

3.2.1.4.2 Qualificatifs élogieux à valeur superlative du comparatif

L'utilisation des qualificatifs élogieux à valeur superlative se marque par la comparaison graduée (le plus) avec une particularité d'un lieu touristique ou d'un objet perçu. Ils établissent une relation entre deux objets. Comme l'explication de Patrick Charaudeau, "le terme comparé est gradué au maximum (le plus) ou au minimum (le moins) d'une quantité ou d'une intensité par rapport à un terme de référence parfois explicite, parfois exprimé (et introduit par *de*)".⁴⁷ Dans ce cas, les qualificatifs se distinguent par la comparaison au degré le plus élevé ou le plus bas. En ce qui concerne notre travail, le rédacteur-auteur veut fournir des énoncés évaluatifs sur des lieux touristiques ou des objets et qui peuvent servir d'arguments à un voyage en Thaïlande.

Nous allons voir l'utilisation des énoncés focalisés sur les caractérisations qui sont toujours positives dans les exemples suivants:

C'est le quartier le plus ancien de Bangkok, délimité à l'Ouest par une boucle du fleuve Chao Praya et à l'Est par deux *klong* qui forment également un arc de cercle.

(Le guide *M.A.*, p. 163)

Dans l'exemple ci-dessus, l'évaluation porte sur l'ancienneté du quartier du Palais royal, à Bangkok. Pour valoriser ce quartier où se trouvent de nombreux attraits, par exemple, le Palais royal et le temple du Bouddha d'Émeraude, une promenade sur les canaux de Bangkok, le

⁴⁷ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l'expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 365.

rédacteur-auteur choisit d'utiliser la forme du superlatif "c'est le quartier le plus ancien de Bangkok." Cette forme marque la trace appréciative du locuteur qui éloge le lieu touristique.

Considérons l'exemple ci-dessous:

Parmi ces derniers, le *wat Pa Sak*, érigé en 1295 et orné de décorations en stuc, possède le plus ancien *chedi* de la cité.

(Le guide *Gallimard*, p.p. 302-303)

Dans cet exemple, l'expression soulignée marque la présence explicite du locuteur. Il loue quand même l'ancienneté du *chedi* du temple Pa Sak, à Chiang Saen, comme dans l'exemple du guide *M.A.* Il utilise donc le superlatif afin de donner une appréciation sur la pagode.

Reprenons l'exemple ci-dessous:

Wat Chang Rob - C'est l'un des plus beaux monuments de l'époque de Sukhothai, tant par son inspiration artistique que par sa finesse d'exécution.

(Le guide *Michelin*, p. 144)

Dans cet exemple, la forme du superlatif est opposée des exemples précédents. Le degré superlatif exprime l'intensité extrême mais le sens esthétique du temple de Chang Rob est affaibli, puisque l'article cataphorique "un" renvoie précisément à une information postérieure "des plus beaux monuments". C'est-à-dire que le Wat Chang Rob de la province de Kamphaeng Phet n'est que le seul temple qui soit le plus

beau, mais il existe également d'autres temples, qualifiés au degré d'intensité maximale.

Attribué à Mangrai, le fondateur de Chiangmaï, c'est le plus ancien temple de la ville. C'est aussi l'un des plus charmants avec ses pavillons ornés de statues en bois et son *chédi* cerné par 15 éléphants sculptés.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 173)

Le superlatif employé dans cet exemple se marque par deux moyens, l'un est le superlatif qui comporte un article "le". Cet article spécifie la qualité unique "c'est le plus ancien temple de la ville". C'est-à-dire que le Wat Chiang Man est le seul temple de la province de Chiangmaï dont la valeur antique est unique. L'autre, le superlatif signifie plusieurs temples au degré d'intensité maximale. Le Wat Chiang Man est un temple parmi d'autres qui existe la qualité esthétique au niveau suprême. Ici, nous remarquons que la valeur appréciative est double lors que le locuteur parle du temple en tant que site touristique.

C'est la plus ancienne station balnéaire de Thaïlande qui reste encore fréquentée par les Thaïs mais moins que par le passé.

(Le guide *Routard*, p. 347)

Dans le dernier exemple, le rédacteur-auteur parle de l'ancienneté de la station balnéaire de Hua Hin, à la province de Prachub Khirikhan. Il emploie la forme superlative afin de valoriser le site touristique au niveau suprême comme les exemples précédents. Le rédacteur-auteur juge la station balnéaire de Hua Hin où le futur visiteur peut adorer la plage de

sable blanc, des sports nautiques. De plus, c'est l'endroit où se trouve le palais royale: la dernière résidence du roi Prachathipok ou Rama VII qui prit l'abolition de la monarchie absolue en 1932.

D'après les exemples ci-dessus, nous remarquons qu'il y a des adverbes de comparaison qui indiquent l'intensité maximale comme "le plus", "la plus". Au fait, nous pouvons distinguer les formes de superlatif comparatif comme les suivantes:

- C'est + le/ la + plus + adjectif + nom + la préposition *de*
- C'est + le/ la + nom + le/ la + plus + adjectif + la préposition *de*
- C'est + l'un/une + des + plus + adjectif + nom + la préposition *de*

Pour conclure, les trois formes du superlatif marquent la modalité appréciative s'agissant des traces du rédacteur-auteur. Celui-ci a une impression supérieure de l'objet perçu et il vise à valoriser les attraits touristiques en introduisant la réaction émotionnelle du lecteur.

3.2.1.4.3 Qualificatifs élogieux focalisés sur les expressions imagées

D'après l'utilisation du superlatif précédent, nous trouvons qu'il existe un autre moyen qui évalue les lieux touristiques et les objets. Il s'agit des termes métaphoriques. Ces termes donnent le transfert de sens dont la visée communicative sous-jacente consiste à valoriser des lieux touristiques. Ce procédé de transferts de sens est considéré comme "une activité qui consiste à exprimer l'expérience humaine de manière indirecte et subjective. Pour ce fait, les acteurs du langage jouent avec les mots, font des comparaisons, créent des images, transgressent ou

subvertissent le sens commun des mots.”⁴⁸ Dans cette optique, le choix des termes qui produit l’effet de sens concerne la subjectivité du rédacteur-auteur qui compare le lieu touristique avec un autre objet. Ce procédé élogieux se caractérise par la substitution d’un mot à un autre, fondée sur l’analogie et la ressemblance. Donc, nous l’appelons la “métaphore” qui “nous fait passer d’un secteur du réel à un autre, libère l’imagination et rajeunit le monde.”⁴⁹

Pour illustrer cette notion, prenons les exemples suivants:

Bangkok est un paradis pour les amateurs d’antiquités:
porcelaines, meubles chinois, sculptures, tapisseries, etc.

(Le guide *Gallimard*, p. 315)

Selon cet exemple, le rédacteur-auteur parle du shopping à Bangkok. Pour persuader le lecteur du guide de voyage à visiter Bangkok, le rédacteur-auteur compare la ville “Bangkok” (le substitué) avec le “paradis” (le substituant) dont la définition au sens figuré est l’“état ou lieu de bonheur parfait, séjour enchanteur”⁵⁰. Le terme “paradis” devient le terme définissant du terme “Bangkok”. Ces deux termes “Bangkok” et “paradis” ont en commun la propriété sémantique. Ici, le substitué “Bangkok” et le substituant “paradis” sont reliés par un “est” d’équivalence. Donc nous pouvons dire que la qualité de “Bangkok” est équivalente de celle de “paradis”. C’est-à-dire que Bangkok est une ville touristique où les amateurs d’antiquités peuvent faire du shopping de toutes sortes d’antiquités.

⁴⁸ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l’expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 85.

⁴⁹ C. Peyrouet, *Style et rhétorique* (Paris: Nathan, 1994), p. 66.

⁵⁰ *Dictionnaire le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires le Robert, 2000), p. 1775.

Sur 2 000 km de côtes, les quelques stations aménagées ne font toujours pas d'ombre aux plages désertes, aux criques solitaires, aux îles à peine explorées qui resteront encore longtemps un shangri-la (paradis) accessible à quelques élus...

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 227)

D'après l'exemple plus haut, le rédacteur-auteur parle de la Thaïlande du Sud où il y a des plages, des cirques et des îles sauvages. Ces lieux sont dignes à visiter grâce à la beauté naturelle et maritime. Ils invitent le visiteur à la contemplation et à la solitude. Pour convaincre le lecteur, le rédacteur-auteur choisit le terme "shangri-la (paradis)" qui vise à valoriser les lieux proposés. C'est un moyen de comparaison qui marque le haut degré de qualité d'un attrait touristique. Le terme métaphorique évoque une impression de l'esthétique naturelle qui reste encore dans les côtes de la Thaïlande du Sud.

Toutes sortes de roseaux et de nénuphars y poussent. De mars à mai, Thale Noi est une merveille. Le lac entier devient rose sous les fleurs de lotus. Ce paradis des amoureux des oiseaux fait partie d'une réserve interdite à la chasse couvrant 457 km.²

(Le guide *Michelin*, p. 203)

Dans l'exemple plus haut, nous pouvons définir le parc ornithologique de Thale Noi à la province de Phatthalung comme un lieu écologique où les amoureux de la nature peuvent découvrir une variété d'oiseaux et toutes sortes de roseaux et de nénuphars. Le choix du terme

“paradis” cause une intense admiration du rédacteur-auteur qui propose la beauté naturelle de Thale Noi. Pour le valoriser, le rédacteur-auteur compare le parc ornithologique de Thale Noi avec le terme métaphorique “paradis” qui donne, en effet, au lecteur une impression affective du parc. Remarquons que l’anaphore démonstrative “ce paradis” marque la substitution du terme (le lac de Thale Noi) qui le précède. C’est-à-dire que le lac de Thale Noi peut donner le plaisir au visiteur qui adore la beauté naturelle, notamment les oiseaux.

C’est dans ce paradis béni des dieux que la rivière Moon a choisi de s’unir au “géant d’Asie” pour affronter ensemble la longue marche indochinoise qui doit les mener quelque 800 km en aval en mer de Chine méridionale.

(Le guide *Routard*, p. 343)

Également dans cet exemple, le rédacteur-auteur fait l’éloge du lieu touristique par le choix du terme métaphorique “paradis”. Selon son expérience personnelle, il compare le district Khong Chiam de la province d’Ubon Ratchathani avec le terme du monde irréel “paradis” qui provoque l’imagination du lecteur. C’est parce que Khong Khiam est le point de départ de multiples excursions intéressantes, par exemple, la falaise de Pha Taem avec les peintures rupestres préhistoriques, de beaux paysages sur le Laos par le Mékong et le parc national de Kaeng Tana. Le visiteur peut donc jouir de ces nombreux attraits. Le terme “paradis” sert d’argument, visant à l’esthétique et le nombre des attraits.

Nous voyons que dans les exemples ci-dessus, le rédacteur-auteur du guide de voyage emploie le terme métaphorique “paradis” qui substitue le terme du monde réel pour exprimer une notion plus abstraite.

Nous pouvons dire que le terme “paradis” sert à une qualification métaphorique: les qualités des lieux touristiques deviennent un enrichissement connotatif. C’est-à-dire qu’il donne le sens particulier ou l’effet de sens d’un mot qui vient s’ajouter au sens ordinaire selon le contexte. De plus, chaque métaphore utilisée met en relation deux mondes hétérogènes; l’un est le monde réel et l’autre l’irréel. C’est un procédé de louer les lieux touristiques qui exprime la notion affective du rédacteur-auteur du guide de voyage. Cette notion vise à exprimer l’image hyperbolique de la beauté des lieux touristiques et à atteindre la sensibilité du lecteur du guide de voyage. Les transferts de signification ou de sens portent sur le seul terme “paradis” construit de façon absolue comme l’utilisation des superlatifs dont nous avons parlé plus haut.

Nous affirmons que la plupart des qualificatifs élogieux portent sur les évaluatifs tels que l’utilisation des adjectifs axiologiques (élégant, magnifique, splendide, etc.), l’utilisation des adjectifs non axiologiques (géant, énorme, imposant, etc.) d’une part et d’autre part, celle des adjectifs affectifs, tout ceci pour éveiller les réactions émotionnelles (étonnant, fantastique, incroyable, etc.) chez le lecteur. Ces qualificatifs élogieux indiquent en effet la participation émotive ou affective du rédacteur-auteur. C’est-à-dire qu’ils expriment la présence du locuteur à travers sa subjectivité évaluative ou affective qui établit une interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage, ayant pour effet de persuader le lecteur en tant qu’interlocuteur à l’adhésion émotionnelle. D’ailleurs, nous voyons que la présence du locuteur plus ou moins explicite dans l’énoncé ne se manifeste donc pas nécessairement par l’utilisation des pronoms personnels “nous” et “vous: les adjectifs subjectifs et les expressions métaphoriques peuvent manifester les traces du locuteur qui évalue ou caractérise un lieu ou un objet “si l’on veut

faire partager à d'autres ses impressions et ses évaluations."⁵¹ Toutes les formes de comparaison au degré supérieur dépendent les intérêts personnels ainsi que les connaissances du locuteur qui évalue ce qu'il apprécie ou ce qu'il propose au lecteur.

3.2.1.5 Expressions impersonnelles de modalités

Le rédacteur-auteur choisit d'employer certaines expressions impersonnelles exprimant une action sans sujet. Ces paroles ne sont pas adressées à une personne en particulier. Mais elles peuvent entraîner une action de la part du lecteur du guide. Lorsque le rédacteur-auteur donne des renseignements pratiques à son lecteur, il vise aussi à introduire une certaine modification. Nous trouvons que dans les guides de voyage il y a différentes manières de parler d'une même chose. Ce sont des jeux proposés par le rédacteur-auteur du guide. Pour entrer en contact avec son lecteur, il cherche plusieurs formes syntaxiques: l'impératif, "N'introduisez pas en Thaïlande drogue, armes à feu et publications obscènes."; l'expression impersonnelle, "Il est interdit d'introduire en Thaïlande drogue, armes à feu et publications obscènes."; le verbe modal, "Vous ne devez pas introduire en Thaïlande drogue, armes à feu et publications obscènes.", etc. Dans cette optique, il y a plusieurs manières de dire, les transformations syntaxiques permettent de varier les formulations d'un "vouloir dire".⁵²

⁵¹ Sophie Moirand, *Une grammaire des textes et des dialogues* (Paris: Hachette, 1990), p. 95.

⁵² Ibid., p. 60.

Nous distinguons des manières de dire exprimant le conseil, la recommandation, la possibilité, la nécessité, et l'interdiction qui transforment le "vouloir dire" du rédacteur-auteur comme les modes impersonnels suivants:

3.2.1.5.1 "Vouloir dire" porté sur un conseil

Il s'agit de l'expression de conseil. Selon la définition du *Petit Robert*, le mot "conseil" est "ce qui tend à diriger, à inspirer la conduite, les actions."⁵³ Nous relevons les formes comme les suivantes: "il est conseillé de", "il n'est pas conseillé de", "il est déconseillé de", "conseillé de" et "déconseillé à".

Prenons quelques exemples ci-dessous:

Un des anciens de Phuket, détrôné par les stars de la côte O. Construit en terrasse (déconseillé aux personnes ayant des difficultés à marcher), dans un très beau site.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 253)

Dans cet exemple, l'expression "déconseillé à" indique l'opinion du locuteur qui conseille à son lecteur qui a des difficultés à marcher de ne pas faire une promenade sur l'île privée de Phuket Island Resort. C'est à cause de la construction sur un terrain en pente.

⁵³ Ibid., p. 501.

Il est conseillé de louer les services de porteurs (pour quelques bahts), car il faut ménager tous ses efforts pour s'accrocher aux lianes et aux rochers.

(Le guide *Routard*, p. 303)

L'expression soulignée ci-dessus "il est conseillé" exprime quand même l'opinion du locuteur. Cette expression marque la trace implicite du locuteur qui donne un conseil sur la montée du parc national de Phu Kradung dont le chemin est long de 5,5 km à travers la forêt pour atteindre le sommet. Les services de porteurs sont donc indiqués au futur visiteur.

3.2.1.5.2 "Vouloir dire" porté sur une recommandation

Pour inciter le futur visiteur à la visite favorable, le rédacteur-auteur choisit d'employer l'expression de recommandation. Selon *le Petit Robert*, on définit le mot "recommandation" comme une "action de désigner (qqch.) à l'attention favorable de qqn, en soulignant les mérites, les avantages"⁵⁴ et comme une "action de conseiller avec insistance (qqch.)"⁵⁵ Nous distinguons trois formes impersonnelles centrées sur la recommandation "il est recommandé", "il n'est pas recommandé" et "nom + est recommandé".

Prenons les exemples qui indiquent une recommandation:

⁵⁴ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 2117.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 2117.

Il est recommandé de choisir des chaussures qui s'enlèvent facilement: il devient vite fastidieux de faire et défaire ses lacets, surtout si l'on se lance dans un circuit des temples.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 28)

Selon l'exemple ci-dessus, la trace du locuteur se caractérise par l'expression "il est recommandé" qui exprime également un conseil mais avec insistance. Ici, le rédacteur-auteur donne une recommandation sur les chaussures. À cause des règles de conduite, dans certains lieux touristiques, notamment dans les temples, le visiteur doit se déchausser avant l'entrée pour la marque du respect.

Des vêtements légers en coton sont recommandés pour toute l'année.

(Le guide *Michelin*, p. 281)

Selon l'exemple plus haut, l'expression de recommandation commence par le sujet nominal "des vêtements légers en coton", suivi du verbe "être" à la voix passive "sont recommandés". Ce sujet se différencie du celui d'un exemple précédent dont le sujet est "il" impersonnel. Au lieu d'employer "il est recommandé" comme dans le guide *Bleus Évasion*, le rédacteur-auteur du guide *Michelin* choisit à employer "le sujet nominal avec "être recommandé". Ici, le rédacteur-auteur donne des conseils au futur visiteur, notamment aux Européens, sur les habillements en Thaïlande où le climat est tropical, toujours chaud. Il insiste donc auprès de son lecteur pour des vêtements légers qui permettent de survivre à la climatisation.

3.2.1.5.3 “Vouloir dire” porté sur une possibilité

Au lieu d'utiliser “vous pouvez”, le rédacteur-auteur emploie l'expression impersonnelle “il est possible de” ou “possibilité de” pour éviter la répétition de la phrase. L'expression “il est possible” manifeste la possibilité de faire, c'est le choix. D'après *le Petit Robert*, l'adjectif “possible” signifie “qui peut exister, qu'on peut faire”.⁵⁶ C'est-à-dire que le futur voyageur peut choisir ce que le rédacteur-auteur lui propose.

Voyons les exemples suivants:

Il est possible de louer un équipement et de prendre des leçons de plongée sous-marine dans certains hôtels ou boutiques de la ville.

(Le guide *M.A.*, p. 194)

Selon l'exemple ci-dessus, l'expression “il est possible de” marque ce que le futur visiteur peut faire. Le rédacteur-auteur conseille au futur visiteur de louer un équipement et de prendre des leçons de plongée sous-marine dans certains hôtels ou boutiques spécialisées de la ville de Pattaya.

Il est possible de faire exécuter des bijoux sur commande.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 51)

⁵⁶ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaires Le Robert, 2000), p. 1950.

Également dans cet exemple, l'expression "il est possible de" indique la trace du locuteur en tant que rédacteur-auteur qui conseille au futur visiteur l'exécution de bijoux montagnards sur commande.

Possibilité de promenades à dos éléphant.

(Le guide *Routard*, p. 254)

Dans le dernier exemple, au lieu d'employer l'expression "il est possible de", le rédacteur-auteur emploie l'expression "possibilité de". Cette expression marque quand même la trace du locuteur qui propose au futur visiteur le moyen de faire une promenade à dos éléphant, dans la région montagneuse de Mae Hong Son. Ce moyen de transport lui donne une expérience d'une balade authentique.

D'après les exemples ci-dessus, le rédacteur-auteur donne des conseils sur ce que le futur visiteur peut faire pendant le séjour en Thaïlande. Cette manière de dire du locuteur ne s'impose pas au lecteur. Celui-ci peut admettre ou non ces conseils.

3.2.1.5.4 "Vouloir dire" porté sur une appréciation favorable

Il s'agit des expressions impersonnelles qui expriment le sentiment appréciatif du locuteur. L'usage de ces expressions impersonnelles laisse une trace implicite du locuteur à travers la modalité appréciative concernant "l'impersonnalisation de la modalisation".⁵⁷ Dans cette

⁵⁷ L'impersonnalisation de la modalisation est un type d'énonciation qui comprend différentes modalités, par exemple, la possibilité, l'obligation, l'appréciation, etc. (Patrick Charaudeau 1992: 316)

optique, nous distinguons quatre expressions utilisées dans les guides de voyage. Ce sont “idéal pour”, “il est intéressant”, “il vaut mieux”, “il est préférable” et “il est agréable”.

D’après *le Petit Robert*, le mot, “idéal” désigne “ce qu’on se représente ou propose comme type parfait ou modèle absolu dans l’ordre pratique, esthétique ou intellectuel.”⁵⁸ Le rédacteur-auteur propose des attraits qu’il apprécie. Il utilise donc l’expression “idéal pour”. Prenons l’exemple ci-dessous:

Idéal pour se rendre à Kanchanaburi (rivière Kwai) et Hua Hin, car cela évite les embouteillages de la sortie de Bangkok.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 55)

Dans l’exemple cité plus haut, l’expression “idéal pour” exprime un sentiment appréciatif du rédacteur-auteur. Pour faciliter la lecture et éveiller mieux l’attention du lecteur, le rédacteur-auteur emploie une phrase elliptique. Il remplace “il est idéal pour” par “idéal pour”. Cette ellipse du sujet et du verbe “ne gêne pas forcément la compréhension”.⁵⁹ C’est-à-dire que ces deux énoncés restent cependant compréhensibles. Ici, le rédacteur-auteur apprécie un bon réseau de voies ferrées, desservant Kanchanaburi et Hua Hin. Pour éviter les embouteillages de la sortie de Bangkok, il conseille au lecteur de prendre le train dont le service est parfait et attentionné.

⁵⁸ Ibid., p. 1257.

⁵⁹ C. Peyrouet, *Style et rhétorique* (Paris: Nathan, 1994), p. 98.

La deuxième expression d’appréciation est “il est intéressant de” et “intéressant pour”. La définition “intéressant” est “qui retient l’attention, captive l’esprit.”⁶⁰ C’est-à-dire que le rédacteur-auteur les utilise pour proposer au lecteur les lieux séduisants. Voyons cet exemple:

Il est particulièrement intéressant de visiter le Phra Pathom au moment de la grande fête de novembre.

(Le guide *M.A.*, p. 180)

Dans l’exemple plus haut, pour admirer le Phra Pathom Chédi, le rédacteur-auteur emploie l’expression “il est intéressant de”. Cette expression exprime la modalité appréciative du locuteur. Le rédacteur-auteur conseille donc au lecteur de visiter le Phra Pathom Chedi à l’occasion de la pleine lune de novembre afin de voir la grande fête annuelle ainsi le *chedi* somptueusement illuminé.

Intéressant pour son chemin de grosses pierres surélevé qui mène au sommet.

(Le guide *Routard*, p. 201)

Dans cet exemple, pour admirer des ruines du *viharn* et un grand bouddha debout de 12,50 m de Wat Saphan Hin, à Sukhothaï, le rédacteur-auteur conseille au lecteur de prendre le chemin pavé qui conduit au sommet de la colline. Remarquons que le rédacteur-auteur du guide *Routard* emploie la phrase elliptique comme celui du guide *Bleus Évasion*. C’est le style d’écriture que le rédacteur-auteur peut choisir.

⁶⁰ Ibid., p. 1339.

Nous allons voir d'autres expressions qui marquent la trace implicite du locuteur: "il vaut mieux de " et "il est préférable de" qui ont le même sens. Selon *le Petit Robert*, l'expression "il vaut mieux" signifie "il est préférable, meilleur de."⁶¹ Ces deux expressions se servent d'exprimer des suggestions du rédacteur-auteur que le futur voyageur ne néglige pas. Voyons quelques exemples ci-dessous :

Il vaut mieux, à l'heure actuelle, bien se renseigner avant d'y aller.

(Le guide *M.A.*, p. 230)

L'exemple plus haut commence par l'expression "il vaut mieux", suivi de l'infinitif, exprimant le fait négligeable. Il s'agit du conseil d'une visite du temple de Khao Phra Viharn à la province de Sisaket où se trouve dans une zone contestée par les Thaïs et les Khmers. Ici, le locuteur donne au lecteur du guide son opinion sur ce qui mérite d'être fait. À cause d'un problème d'un territoire revendiqué, il propose donc au lecteur à se renseigner avant d'y entrer.

Il vaut mieux éviter de dormir à Phang Nga; l'hôtellerie est médiocre, et le village par lui-même n'a aucun charme.

(Le guide *Routard*, p. 408)

L'expression ci-dessus "il vaut mieux" qui indique le jugement du locuteur. Ici, le rédacteur-auteur déconseille au lecteur de se loger dans la ville de Phang Nga à cause de l'insuffisance de la qualité hôtelière et du désintérêt du village de Phang Nga.

⁶¹ Ibid., p. 2638.

Il existe une autre expression dont le sens est équivalent de l'expression "il vaut mieux". C'est "il est préférable de". Prenons l'exemple ci-dessous:

Dans les réceptions et les soirées, il est préférable de porter des manches ou un châle (ce qui permet, en outre, de survivre à la climatisation).

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 28)

Au lieu de dire "préférez porter des manches ou un châle." ou "il vaut mieux porter des manches ou un châle.", le rédacteur-auteur du guide *Bleus Évasion* emploie l'expression impersonnelle "il est préférable de" afin de donner une suggestion de la tenue correcte et propre pour les femmes afin d'éviter les difficultés dans les réceptions et les soirées.

La dernière expression qui exprime la modalité appréciative du locuteur est "il est agréable de". La définition d'"agréable" est de plaire "aux sens, qu'on voit, entend, sent avec plaisir."⁶² Considérons l'exemple ci-dessous:

Il est agréable de faire des photos en Thaïlande, d'abord parce que les sujets sont attrayants, ensuite parce que les Thaïs sont très coopératifs et gentils.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 46)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur exprime le sentiment favorable pour prendre des photos des Thaïs. Il emploie donc

⁶² Ibid., p. 50.

l'expression "il est agréable". Ici, il parle de l'autorisation de la prise de photos en Thaïlande. Grâce à l'hospitalité et à la gentillesse des Thaïs, le futur visiteur peut faire des photos.

Nous voyons que les expressions précédentes expriment différentes modalités du locuteur. Il s'agit notamment des conseils techniques sur un petit moyen particulier pour rendre complet la visite du futur visiteur. Bien que ces conseils ne soient pas les plus importants, ils permettent au futur voyageur de mieux comprendre et ils l'aident à juger de ce qui peut faciliter ou compléter une visite.

3.2.1.5.5 "Vouloir dire" porté sur une nécessité

Il s'agit des conseils que le futur visiteur ne doit pas négliger. Le rédacteur-auteur donne des conseils sur ce qu'il faut faire et sur ce qu'il ne faut pas faire. Il emploie donc des expressions qui se servent à renforcer le lecteur à suivre ses propos positif ou négatif selon les cas.

Nous distinguons les formes positives et négatives portées sur la nécessité dans les guides de voyage comme les suivantes: "il est utile" et "il est inutile", "inutile de + inf.", "nom + est + inutile", "il est nécessaire de", "il n'est pas nécessaire", "nécessité de + infinitif", "nom + est + nécessaire", et "nom + n'est pas nécessaire", "il est indispensable", "indispensable de" et "nom + est + indispensable".

Nous allons voir d'abord des expressions concernant le mot "utile":

D'après *Le Petit Robert*, la définition d'"utile" est "dont l'usage, l'emploi est ou peut être avantageux, satisfait un besoin; bon, profitable,

indispensable, nécessaire.”⁶³ Pour répondre au besoin d’une visite agréable, l’usage de l’expression “il est utile” et “il est inutile”, “inutile de + inf.” et “nom + est + inutile” permet au lecteur de prévoir la situation envisagée.

Considérons certains exemples suivants:

Les chauffeurs de *tuktuk* ne savent souvent pas un mot d’anglais. Il est utile de savoir compter en thaï.

(Le guide *M.A.*, p. 147)

Selon cet exemple, le rédacteur-auteur parle de la course moyenne des *tuktuk* à Bangkok qui coûte de 30 à 50 bahts. Il conseille au futur visiteur de savoir compter en thaï afin de marchander raisonnablement. Or, ces chauffeurs ne parlent pas un mot d’anglais.

Il est inutile d’emporter beaucoup de vêtements. La plupart des hôtels assurent un service de blanchisserie dans la journée.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 26)

Selon cet exemple, l’usage de l’expression “il est inutile” exprime un conseil négatif. Le rédacteur-auteur donne un conseil sur l’emportement des vêtements pendant un séjour. Grâce au service de la blanchisserie de nombreux hôtels, le futur visiteur emporte en effet un minimum d’effets, il ne doit pas arriver avec trop de bagages.

⁶³ Ibid., p. 2628.

Quant au mot “nécessaire”, *Le Petit Robert* donne sa définition comme “se dit d’une condition, d’un moyen dont la présence ou l’action rend seule possible une fin ou un effet.” ou comme “dont l’existence, la présence est requise pour répondre au besoin (de qqn), au fonctionnement (de qqch.).”⁶⁴ Dans ce cas, le mot “nécessaire” est équivalent de celui “utile”. C’est-à-dire que c’est un conseil utile dont le futur visiteur doit tenir compte pour avoir une visite sans problème.

Pour illustrer ce propos, prenez ces exemples:

Le visa est nécessaire pour un séjour d’une durée supérieure à deux semaines, et pour un séjour, même de courte durée, si on veut quitter le pays par voie de terre.

(Le guide *M.A.*, p. 108)

Dans l’exemple ci-dessus, le rédacteur-auteur commence par l’usage de l’expression “le visa est nécessaire” qui exprime un conseil. Ici, le rédacteur-auteur insiste sur les formalités, notamment le visa au cas où le futur visiteur quitterait le territoire thaïlandais par voie de terre, par exemple, pour aller au Myanmar ou en Malaisie.

Il est nécessaire de se munir d’une bonne trousse de secours (antalgiques, pommade antiseptique, médicaments contre les troubles intestinaux et le mal des transports, crème solaire à haut indice de protection).

(Le guide *Michelin*, p. 284)

⁶⁴ Ibid., p. 1657.

Cet exemple commence par l'expression "il est nécessaire" qui insiste sur la santé. En raison du changement de climat et de nourriture, le rédacteur-auteur donne des conseils sur les médicaments appropriés pour soigner les troubles intestinaux et pour faire face aux problèmes médicaux de base.

Puis, nous allons considérer l'usage des expressions "il est indispensable de " et "nom + est indispensable".

La définition d' "indispensable" est "qui est très nécessaire, dont on ne peut se passer".⁶⁵ Ainsi, le terme "indispensable est équivalent à "nécessaire" et "utile". Réfléchissons les exemples ci-dessous:

Un chandail est indispensable le soir en altitude.

(Le guide *M.A.*, p. 111)

Le rédacteur-auteur du guide *M.A.* emploie l'expression qui commence par le nom, suivi du verbe être et "indispensable". Cette expression indique une opinion du rédacteur-auteur qui donne des conseils sur les vêtements, surtout le chandail qui permet d'affronter la température de la soirée dans le Nord de la Thaïlande.

Il est indispensable de souscrire une assurance de voyage couvrant tous les incidents médicaux ou autres.

(Le guide *Michelin*, p. 278)

⁶⁵ Ibid., p. 1302.

D'après l'exemple ci-dessus, au lieu de dire "l'assurance de voyage est indispensable", ou "il est nécessaire", le rédacteur-auteur du guide *Michelin* emploie l'expression "il est indispensable de souscrire une assurance de voyage". Dans ce cas, ces deux formes n'ont que la valeur syntaxique différente mais leurs sens restent le même. Cela dépend du choix du rédacteur-auteur de chaque guide par rapport aux formes syntaxiques.

Indispensable de réserver pendant les fêtes locales.

(Le guide *Routard*, p. 448)

Dans cet exemple, au lieu d'employer l'expression "il est indispensable de réserver pendant les fêtes locales", le rédacteur-auteur commence par l'énoncé elliptique "indispensable de" dont la locution verbale être + adjectif se trouve réduite au seul adjectif. L'ellipse du sujet et du verbe "ne gêne pas forcément la compréhension"⁶⁶. Cette façon éveille mieux l'attention et facilite la lecture.

Nous trouvons que toutes ces expressions ont le même sens. Elles portent sur la nécessité exprimant des conseils utiles pour le futur visiteur. C'est-à-dire qu'il ne doit pas négliger.

⁶⁶ C. Peyroutet, *Style et rhétorique* (Paris : Nathan, 1994), p. 98.

3.2.1.5.6 “Vouloir dire” porté sur une obligation

Selon *Le Petit Robert*, l’expression d’“il faut” suivie de l’infinitif a le sens de “nécessaire”⁶⁷ déterminant une obligation. Il existe des formes positive et négative “Il faut” et “Il ne faut pas”.

Prenons les exemples suivants:

Il faut retirer ses chaussures si l’on entre dans une maison thaïe. De même dans une pagode, non pas dans l’enceinte ou dans le clôture, bien sûr, mais lorsqu’on pénètre dans le sanctuaire.

(Le guide *M.A.*, p. 260)

Dans l’exemple ci-dessus, l’expression “il faut” exprime une obligation. Le rédacteur-auteur donne des conseils sur la coutume thaïe que le futur visiteur doit respecter, notamment l’entrée dans le temple et dans la maison thaïe.

L’eau du robinet de Bangkok n’est pas potable, il faut donc boire de l’eau minérale.

(Le guide *Gallimard*, p. 315)

Pour avertir le futur visiteur de l’hygiène, le rédacteur-auteur lui conseille de ne pas boire de l’eau du robinet afin d’éviter des problèmes de digestion.

⁶⁷ Ibid., p. 996.

La faiblesse et la naïveté sont mauvaises conseillères, et il faut savoir que les pourvoyeurs sont les premiers indicateurs de la police.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 49)

Selon l'exemple ci-dessus, le rédacteur-auteur avertit le lecteur de la drogue.

Nous constatons qu'“il faut” a le même sens avec les expressions précédentes, par exemple, “ il est utile”, “il est nécessaire”, et “il est indispensable”. Ces expressions déterminent une obligation que le futur visiteur doit accepter.

3.2.1.5.7 “Vouloir dire” porté sur une interdiction

Le terme “interdit”, selon *le Petit Robert*, précise “non autorité”⁶⁸ qui marque le fait contre la loi. Il y a des formes “Il est interdit” et “Nom + est interdit” et “Interdit”. Sur ce point, nous les considérons comme le trait illégal.

Voici les exemples qui présentent le fait d'interdire:

Il est interdit d'introduire en Thaïlande drogue, armes à feu et publications obscènes.

(Le guide *M.A.*, p. 108)

⁶⁸ Ibid., p.1339.

Dans l'exemple ci-dessus, l'expression "il est interdit de" exprime une obligation qui se rapporte à la pratique du futur visiteur. Le rédacteur-auteur conseille au lecteur le trafic de drogue ou la possession des armes à feu et des publications. Ces faits sont contre la loi thaïe.

La drogue et le matériel pornographique sont interdits, ainsi que certaines espèces de plantes, fruits et légumes.

(Le Guide *Michelin*, p. 278)

Dans cet exemple, le rédacteur-auteur du guide *Michelin* emploie "la drogue et le matériel pornographique sont interdits" au lieu de dire "il est interdit d'introduire la drogue et le matériel pornographique ainsi que certaines espèces de plantes, fruits et légumes." Nous voyons que l'exemple du guide *M.A.* et celui du guide *Michelin* ont le même sens, on parle des restrictions en matière d'importation de drogue, de munitions, de certaines espèces de végétal et de matériel pornographique à la douane que le visiteur doit respecter.

Nudisme. Interdit sur les plages et réprimé par la police.

(Le guide *Bleus Évasion*, p. 256)

Selon l'exemple ci-dessus, le rédacteur-auteur commence sa parole par le sous-titre "nudisme". Ensuite, il emploie un seul adjectif "interdit" qui exprime une interdiction. La nudité en public est interdite par la loi thaïe.

Il est interdit de fumer dans les cinémas et autobus sous peine d'amende.

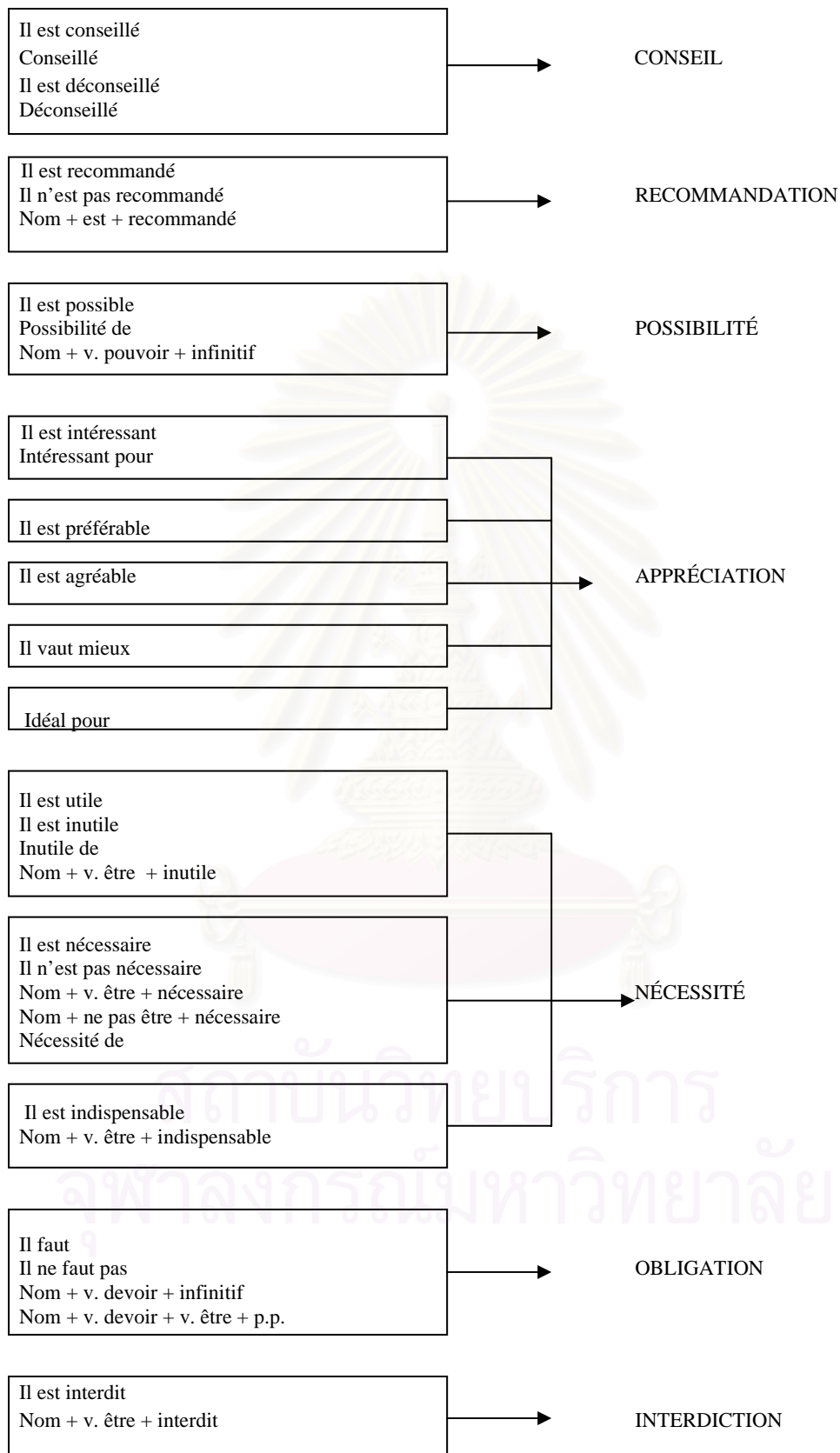
(Le guide *Michelin*, p. 282)

Dans cet exemple, il s'agit de la règle de conduite que le futur visiteur doit respecter. Le rédacteur-auteur conseille au lecteur de ne pas fumer dans les lieux publics tels que les cinémas et autobus. S'il commet cette infraction, il doit payer une amende.

Selon les exemples ci-dessus, le rédacteur-auteur de chaque guide semble subtil en ce qui concerne le choix des expressions impersonnelles opposées, afin de donner des conseils divers selon le cas. De plus, nous trouvons que l'usage des expressions impersonnelles suscite certaines manières particulières que nous pouvons dire un "vouloir faire". C'est-à-dire que grâce aux raisons données par le rédacteur-auteur, le futur visiteur va suivre ses conseils afin d'organiser son voyage et d'obtenir un bon séjour en Thaïlande. Dans cette optique, ces paroles sans sujet personnel fonctionnent évidemment comme le fait de donner des conseils positif et négatif focalisés sur le destinataire en tant que lecteur du guide qui a pour but de visiter la Thaïlande.

Pour illustrer l'usage des expressions impersonnelles évoquant une interaction communicative, voyons le schéma ci-dessous:

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



D'après le schéma, malgré l'absence de indicateur personnel, ce type d'énonciation marque la présence implicite du locuteur correspondant à différentes formes de modalité, par exemple, la recommandation, la possibilité, l'obligation et l'interdiction. L'usage de ces expressions impersonnelles peut donner la trace de la voix du rédacteur-auteur. Il s'agit de la subjectivité du rédacteur-auteur qui vise à donner des clés d'un bon séjour à son lecteur.

En outre, nous trouvons que tous les énoncés expriment des conseils aux degrés variables, par exemple, si le rédacteur-auteur a envie d'informer sur les agissements illégaux, alors, il peut choisir l'expression "il est interdit" qui est l'expression la plus convenable pour ne pas être contre la loi ou les règles thaïes.

En effet, la manière d'exprimer les conseils ou le "poids" du dire dépend du "vouloir dire" du rédacteur-auteur qui décide de choisir les énoncés convenables à un événement ou à une situation donnée par rapport à ce qu'il a vu, à ce qu'il a entendu. Le rédacteur-auteur est comme une personne expérimentée dans le domaine touristique, alors, tous ses conseils sont plus ou moins importants selon le cas pour le futur visiteur. Comme en témoigne le guide *Blues Évasions*, "ce guide est le fruit d'une longue connivence entre l'auteur et la Thaïlande. Captivée par ce pays, Christine Le Diraison en livre les clefs avec chaleur, érudition et sens pratique."⁶⁹ Sur ce point, nous voyons que le rédacteur-auteur joue un grand rôle de représenter la manière de dire dans son texte.

⁶⁹ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 2.

Remarquons que l'interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage paraît comme un dialogue. Mais il est artificiel. C'est parce que le rédacteur-auteur parle tout seul et son interlocuteur est muet. Le rédacteur-auteur crée un dialogue avec le lecteur en inscrivant les marques énonciatives, par exemple, l'utilisation de la 1^e personne, de la 2^e personne et d'autres marques subjectives. Ceux-ci instaurent le fait dialogique qui évoque la présence des co-énonciateurs. C'est une stratégie interactive que le rédacteur-auteur établit pour entrer en contact avec son lecteur, considéré comme le public visé.

3.3 Rôles des interactants (le rédacteur-auteur / le lecteur)

De manière plus générale, nous avons vu que le rédacteur-auteur se présente comme le sujet parlant qui transmet ses messages à travers ses stratégies discursives. Sa présence contribue à construire une image de lui-même et elle implique également dans ses messages, la présence de son partenaire, le lecteur. Dans ce cas, ces stratégies présentent l'image des sujets de la communication dans les messages échangés. Selon Patrick Charaudeau, il propose un modèle de communication à deux espaces, externe, interne, et à quatre sujets de discours, "un espace externe correspondant aux données de la situation de communication et un espace interne correspondant à la mise en discours énonciatif, ces deux espaces se déterminant réciproquement. Dans l'espace externe se trouvent les partenaires de l'acte de communication appelés sujet communiquant et sujet interprétant; dans l'espace interne, les protagonistes de la scène énonciative appelés sujet énonçant (ou

énonciateur) et sujet destinataire.”⁷⁰ Dans cette perspective, nous trouvons que dans le discours des guides de voyage, l’identité des sujets de la communication se caractérise par les jeux discursifs qui construisent en eux-mêmes des images de quatre sujets dont nous voulons parler comme les suivants:

3.3.1 Statut des sujets dans une perspective communicative

Considérons d’abord que le rédacteur-auteur est considéré comme une personne réelle dans l’oeuvre touristique fournissant toutes les informations sur la Thaïlande. Dans la perspective sociale, il écrit le guide de voyage et alors il est appelé “le rédacteur-auteur”. C’est un sujet qui existe réellement dans le monde. Il produit des messages à travers l’écriture en tant que guide de voyage et il le met en bon ordre selon le style de guide de voyage. L’autre est le lecteur qui lit l’oeuvre du rédacteur-auteur. Par ailleurs, signalons que dans le domaine d’analyse du discours, “on ne s’intéresse pas aux sujets considérés indépendamment des situations de communication.”⁷¹ Dans ce cas, les deux sujets, le rédacteur-auteur et le lecteur sont considérés comme sujets physiques hors de la situation de communication. Pourtant, tous deux ont de l’influence sur la production d’un texte, car leurs rôles relèvent d’autres statuts relativement à leurs rapports signifiés dans le texte.

Il est important de distinguer clairement le statut du rédacteur-auteur (l’émetteur) et du lecteur (le récepteur) qui possèdent un rapport

⁷⁰ Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, *Dictionnaire d’analyse du discours* (Paris: Seuil, 2002), p. 227.

⁷¹ Ibid., p. 226.

équivalent à d'autres statuts déterminés par la situation de communication.

Nous nous intéressons essentiellement aux sujets de communication empruntant à la notion d'un modèle de communication à deux espaces et à quatre sujets de Patrick Charaudeau. Nous relevons quatre sujets de communication comme les suivants:

3.3.1.1 Locuteur

Dans une situation de communication, l'image du rédacteur-auteur peut se manifester dans un autre statut selon la stratégie discursive impliquant celui qui l'écoute ou quelqu'un prévu. Nous appelons ainsi le rédacteur-auteur "le locuteur" dans la mesure où il se trouve à l'extérieur de l'acte d'énonciation. Comme cité dans *le Dictionnaire d'analyse du discours*, le locuteur est "l'un des partenaires externes à l'acte d'énonciation, le sujet communiquant, celui qui prend possession de la parole, en qui réside le projet de parole."⁷² Dans cette optique, le locuteur est le responsable de toute la parole dans le texte.

3.3.1.2 Interlocuteur

Lorsque le locuteur transmet ses messages, celui qui interprète ce que le locuteur a transmis est "l'interlocuteur". Dès que le locuteur produit le message, symétriquement, il s'adresse à quelqu'un. Cette personne est considérée comme l'"interlocuteur (ou sujet interprétant),

⁷² Ibid., p. 351.

l'autre partenaire, le récepteur, qui reçoit et interprète l'acte de communication"⁷³ du locuteur, son partenaire.

3.3.2 Statut des sujets à travers le point de vue linguistique

Il s'agit de deux sujets abstraits qui sont construits par l'intention du dire du locuteur. L'un est l'énonciateur et l'autre, le destinataire qui sont internes à l'acte d'énonciation.

3.3.2.1 Énonciateur

C'est une autre image du locuteur qui se présente comme le sujet abstrait mais sous le contrôle du dire du locuteur. Il est considéré comme l'un des protagonistes mis en scène selon l'intention discursive du locuteur. Selon *le Dictionnaire d'analyse du discours*, le terme "énonciateur" désigne "l'être de parole (ou d'énonciation) qui est construit par l'acte d'énonciation"⁷⁴ du locuteur. Dans ce cas, l'énonciateur se trouve à l'intérieur de l'acte d'énonciation agissant un échange imaginaire inséré dans le texte du guide de voyage. C'est-à-dire qu'il n'existe pas physiquement dans le monde social. L'énonciateur est comme sujet énonçant du point de vue linguistique. Alors, nous voyons que l'énonciateur apparaît seulement dans le phénomène interactif exprimant un jugement ou une subjectivité du locuteur.

⁷³ Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, *Dictionnaire d'analyse du discours* (Paris: Seuil, 2002), p. 351.

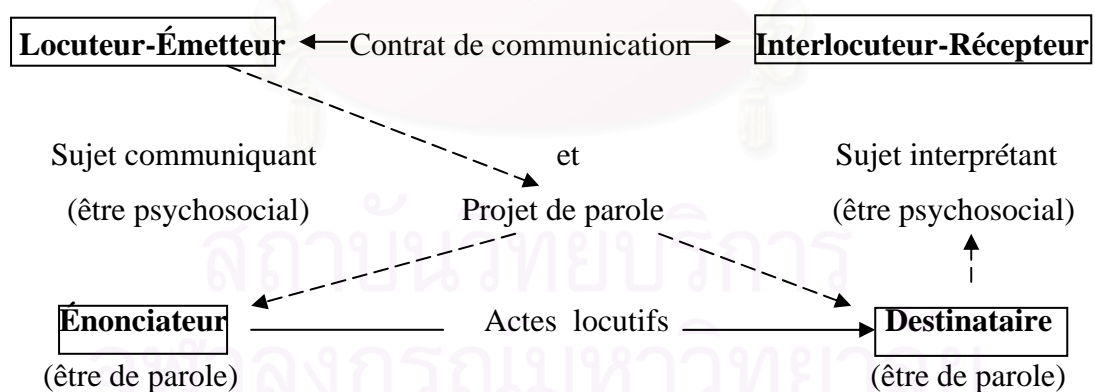
⁷⁴ Ibid., p. 227.

3.3.2.2 Destinataire

Il est également un des protagonistes de l'énonciation qui se trouve interne à l'acte d'énonciation. Nous appelons ce protagoniste "le destinataire" qui est inscrit dans la mise en scène du dire du locuteur. C'est-à-dire lorsque l'énonciateur énonce, il implique celui qui écoute et qui interprète à l'intérieur de son discours. C'est le destinataire "à qui le locuteur assigne une certaine place, à l'intérieur de son discours"⁷⁵.

Nous trouvons que l'apparence de l'image de l'énonciateur et du destinataire dépend de l'intention du dire du locuteur qui détermine le statut de ces deux sujets abstraits à l'intérieur de son discours.

Nous pouvons récapituler les rôles des sujets de communication de notre étude suivant le schéma de dispositif de la mise en scène du langage de Patrick Charaudeau comme le suivant:



D'après le schéma récapitulatif, la façon de la mise des sujets de communication nous indique que l'ensemble de quatre sujets existent dans les guides de voyage, le locuteur ou l'émetteur, l'interlocuteur ou le

⁷⁵ Patrick Charaudeau, *Grammaire du sens et de l'expression* (Paris: Hachette, 1992), p. 644.

récepteur, les deux sujets en tant que les êtres psychosociaux): l'énonciateur et le destinataire comme les êtres de parole. Ces quatre sujets se situent dans le même moment de parole avec la situation de communication interlocutive. Mais pour la situation de communication monolocutive écrite, nous voyons que les trois sujets, l'émetteur, l'énonciateur et le destinataire, se situent dans un même moment de parole, alors que le récepteur se trouve dans un moment de parole postérieure. Par exemple, dans la phrase impérative "Ne montez pas sur un bouddha pour prendre des photos et ne faites rien qui puisse être interprété comme un manque de respect." (Le guide *Bleus Évasion*, p. 47) Cette parole est lancée à quelqu'un qui va visiter la Thaïlande. C'est un conseil pour le futur voyageur, nous pouvons expliquer le rôle de la relation des sujets de communication comme le suivant:

- le locuteur-émetteur pense à un jugement de conseil;
- l'énonciateur énonce un jugement d'interdiction;
- le destinataire perçoit que derrière ce que l'énonciateur a dit, il y a un jugement d'interdiction (interdit de monter sur un bouddha ou il faut respecter l'image du Bouddha, si non cela indique le fait qui viole la règle traditionnelle des Thaïs.)
- l'interlocuteur est en mesure de percevoir cet indice.

Si nous considérons selon le contexte physique, il y a le rédacteur-auteur, la personne qui produit physiquement le texte écrit mais il joue le rôle du locuteur et le lecteur, la personne qui lit le texte, jouant le rôle de l'interlocuteur. Mais dans le contexte subjectif, il y a l'énonciateur et le destinataire qui sont successivement des propriétés socio-subjectives du rédacteur-auteur et du lecteur du guide de voyage.

3.4 Réflexion sur le phénomène d'interaction verbale

Dans le cadre interactif, nous pouvons voir que les modes de formulation syntaxique exprimant l'explicitation et l'implication de la présence des co-énonciateurs, se concentrent sur les conseils. Cela nous montre que l'un des co-énonciateurs, ici c'est le locuteur qui "possède un savoir supérieur à celui de l'autre, savoir qu'il est obligé ou qu'il désire faire partager à l'autre."⁷⁶

3.4.1 Position des interactants

Par le phénomène d'interaction produite dans une situation de communication donnée, nous trouvons que la position des interactants n'est pas équivalente. C'est le locuteur seul qui émane des informations pratiques. Pour l'interlocuteur, il écoute ce que le locuteur lui fournit.

De fait, nous pouvons distinguer la position des interactants selon le contexte comme la suivante:

3.4.1.1. Position forte du locuteur

Le locuteur en tant que rédacteur-auteur prend la place d'un voyageur chevronné, d'un connaisseur qui a visité la Thaïlande et qui connaît toutes les facettes de la Thaïlande. L'autre est comme un futur voyageur qui reçoit un savoir ou des informations pratiques à travers la stratégie interactive.

⁷⁶ Clara Ferrao Tavares, Traces de didacticité dans le texte d'un programme de Télévision sur la publicité, *les Carnets du Cediscor 2* (Paris: Presse de la Sorbonne Nouvelle, 1993), p. 129.

Dans cette perspective, la place supérieure du locuteur par le savoir ou par la connaissance lui permet de prendre une forte position. Le locuteur est comme la personne qui connaît bien ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire avant le départ ou pendant le séjour sur place. Par des connaissances touristiques sur la Thaïlande, il se constitue donc en guide de voyage de ce savoir ou de ces informations pratiques pour le transmettre au lecteur.

3.4.1.2 Position faible de l'interlocuteur

En considérant le fait de donner des conseils, nous constatons que l'interlocuteur est inférieur au locuteur. L'interlocuteur est considéré comme le non-connaisseur qui occupe une position faible dans une interaction où il peut être seulement dominé.

3.4.2 Fonctions de l'interaction verbale

Après l'examen du cadre d'interaction, nous relevons les fonctions de l'interaction comme les suivantes:

3.4.2.1 Fonction communicative

La manière de dire du locuteur (rédacteur-auteur) apparaît en fonction communicative spécifique. C'est puisque, comme nous avons dit dans le début du chapitre, la façon de dire est unilatérale. Mais par la structure énonciative et stylistique, il nous semble en fait dialogique. C'est une façon choisie du rédacteur afin de communiquer avec le lecteur. Le locuteur a recours à un échange.

3.4.2.2 Fonction suggestive

Grâce aux places des co-énonciateurs dans une interaction verbale, nous pouvons distinguer une identité professionnelle du locuteur correspondant au domaine touristique. Il est considéré comme la personne expérimentée qui donne au futur voyageur des conseils ou des suggestions utiles à travers des formes syntaxiques et des expressions diverses pour réussir son voyage.

3.4.2.3 Fonction argumentative

Pour l'adhésion, le locuteur fait appel aux activités langagières qui dirigent le comportement de l'interlocuteur. Nous trouvons dans le texte des marques qui inscrivent des co-énonciateurs (vous, nous). Il n'existe que des injonctions qui convoquent la participation du partenaire dans une situation de communication déterminée, exprimant une demande de faire, mais aussi l'usage des exclamations, des questions afin d'attirer de l'attention. De plus, l'usage des adjectifs affectifs et des superlatifs évoquent la participation émotionnelle de l'interlocuteur, focalisés sur la visée persuasive concernant l'admiration de la beauté des sites touristiques.

Dans cette optique, le locuteur fait apparaître ses arguments comme évidents à travers l'univers des énoncés échangés qui visent à faire agir le lecteur. Il s'agit d'inviter au voyage.

En conclusion, dans ce chapitre, nous avons cerné les principales stratégies particulières orientées vers l'interaction produite par le locuteur, lui seul. À travers son énoncé, le locuteur tente de construire le

dialogisme feint à travers des procédés particuliers qui évoquent un échange illusoire. L'énoncé est produit par un même locuteur pour l'adhésion de son interlocuteur. Sa capacité concernant le phénomène linguistique met en présence de l'énonciateur produit dans l'acte d'énonciation selon le cadre d'interaction verbale.

Nous avons vu que de diverses stratégies permettent de distinguer la présence explicite et implicite de l'énonciateur. L'énonciateur est considéré comme producteur du dire qui s'interprète dans la mesure où il essaie de construire les jeux de l'échange. C'est lui qui s'énonce, qui s'adresse à l'autre, considéré comme destinataire. Ce destinataire écoute ce que l'énonciateur dit, il est créé par le locuteur qui assigne l'image qu'il pense avoir à ses yeux.

Avec des procédures d'anticipation de réponse du lecteur du guide de voyage, le rédacteur-auteur choisit des formes discursives se présentant comme une interaction. Ces formes sont soumises à des calculs interprétatifs portés sur les systèmes de références ainsi que sur les images de sujets de communication. Deux images interactantes sont construites, l'énonciateur et son destinataire paraissent internes de l'acte d'énonciation. Le locuteur simule donc l'acte de production de son partenaire, l'interlocuteur. Non seulement les actes directs mais aussi les actes indirects sont les actes produits par la même personne, le locuteur en tant que rédacteur-auteur qui joue le rôle important dans le phénomène mis en jeu dans une communication verbale. Il utilise des pronoms personnels ou indicateurs personnels "nous" "vous" et "on" qui permettent d'établir une interprétation d'un échange verbal représentant les actes directs ainsi qu'il utilise des expressions impersonnelles qui invitent la participation de l'interlocuteur et enfin il emploie des adjectifs

affectifs et évaluatifs rendant compte des expressions subjectives sentimentales évoquant les images des co-énonciateurs comme si le sujet réel (le rédacteur-auteur) s'adressait à l'autre (le lecteur).

De fait, nous trouvons que l'interaction entre le rédacteur-auteur et le lecteur dans le texte se produit seulement dans une série de renseignements pratiques. C'est-à-dire que la communication se développe de manière unilatérale, mais elle peut paraître comme dialogue.

Nous pouvons constater que toutes les stratégies permettent d'établir une interaction fictive. Ces stratégies se présentent comme "un hybride énonciatif, il entremêle, pour ce faire, un être monologique et un paraître dialogique."⁷⁷

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁷⁷ Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, *L'argumentation publicitaire* (Paris: Nathan, 1997), p. 37.

Chapitre IV

Signes iconiques

L'étude du discours des guides de voyage n'est pas seulement celle des types de texte, de l'intertexte ou de l'interaction mais elle recouvre aussi sur des signes iconiques ou des images visuelles, ces derniers jouent aussi un rôle important dans la production écrite du texte touristique. Il s'agit des photographies, des plans, des cartes et des symboles.

L'objet de ce chapitre est de repérer le rôle et le fonctionnement des signes iconiques relatifs à l'écriture des guides de voyage. Ces signes sont destinés à transmettre le message en tant que représentation de la langue agissant comme message visuel. Pourtant, il nous faut d'abord savoir et réfléchir sur la théorie des signes.

Dans notre étude, nous nous attacherons à étudier principalement deux types de signes: l'icône et le symbole, qui jouent le rôle important dans l'écriture des guides de voyage. Nous sommes inspirée par l'analyse de Charles Sanders Peirce, proposée dans les œuvres de Jean-Michel Adam et Martin Joly. Il distingue trois grands types de signes: l'icône, l'indice et le symbole. Seuls deux concernent notre travail, ce sont l'icône et le symbole, signes très utiles pour la production d'écriture des guides de voyage, notamment, les images touristiques qui visent à offrir "une impression d'une ressemblance parfaite avec la réalité"¹ et à inciter le lecteur au voyage. C'est-à-dire que le lecteur va mieux comprendre la particularité de chaque site touristique par les images

¹ Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image* (Paris: Nathan, 2001), p. 14.

proposées en tant qu'arguments de persuasion. Ces images renforcent le désir du lecteur à visiter la Thaïlande. De plus, elles sont considérées comme un outil de promotion touristique qui aide le lecteur à se décider facilement de faire un voyage en Thaïlande. Il nous faut donc étudier particulièrement le rôle et la fonction de ce type de signes.

L'icône est un signe dont le signifiant a une relation de similarité avec ce qu'il représente, c'est-à-dire son référent, par exemple, des photographies, des plans et des cartes touristiques. Comme l'explique le *Dictionnaire de linguistique*: "les icônes sont ceux des signes qui sont dans un rapport de ressemblance avec la réalité extérieure, qui présentent la même propriété que l'objet dénoté."²

Du côté du symbole, il s'oppose à l'icône et il "correspond à la classe des signes qui entretiennent avec leur référent une relation de convention."³ C'est-à-dire qu'il entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle, par exemple, les ☆☆☆☆(quatre étoiles) représentent la qualité supérieure d'un hôtel, ✉ (une enveloppe) représente la poste et ♥ (un coeur) le coup de cœur de la réaction. Ces symboles sont employés dans le guide de voyage pour guider le lecteur dans la communication écrite.

Pour étudier le rôle et le fonctionnement d'icônes et de symboles, nous abordons d'abord les images de la couverture, laquelle joue le rôle le plus important pour attirer l'attention du lecteur du guide de voyage.

² Jean Dubois et al., *Dictionnaire de linguistique* (Paris: Larousse, 1973), p. 248.

³ Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image* (Paris: Nathan, 2001), p. 28.

4.1 Images de la couverture

Ce qui frappe le lecteur à la première lecture du guide de voyage, c'est la présentation de la couverture du livre. Une des stratégies que toutes les maisons d'édition (l'éditeur) offrent à l'acheteur parallèlement au travail du rédacteur-auteur, comme le dit Henri de Montrand: "la maison d'édition offre 10 millions de centimes à l'artiste qui lui réalisera la plus belle couverture. La méthode est curieuse, l'appât est conséquent."⁴ Dans cette optique, chaque guide de voyage cherche à conquérir son acheteur, il pense au public visé. Alors, les images proposées sont importantes pour le persuader ou le séduire à acheter et à lire un guide de voyage.

4.1.1 Catégories des images sur la couverture

Après avoir regardé toutes les couvertures de guides de voyage, nous trouvons qu'il y a trois types d'images de couverture: la photo, le dessin et la peinture. Deux guides de voyage, le guide *M.A.* et le guide *Bleus Évasion* utilisent des images photographiques, le guide *Routard* offre des images dessinées et les guides *Gallimard* et *Michelin* choisissent des images peintes.

4.1.1.1 Photos touristiques

L'utilisation des photographies se caractérise par un reflet de la réalité, le plus fidèle parmi d'autres signes iconiques étudiés (dessin et peinture). Dans le cas de communication d'entreprise ou institutionnelle

⁴ Henri de Montrand. "Cent mille pour une couverture". *Communication et langage* n°52 (1982): 54.

comme les maisons d'édition, la photo suscite l'intérêt du lecteur. C'est-à-dire qu'elle constitue un lien entre l'écriture et l'image. Il s'agit d'un sujet traité par tous les guides comme perception visuelle qui recouvre l'ensemble du contenu du texte.

Pour éclairer notre étude de la couverture de guides de voyage, réfléchissons sur ces aspects:

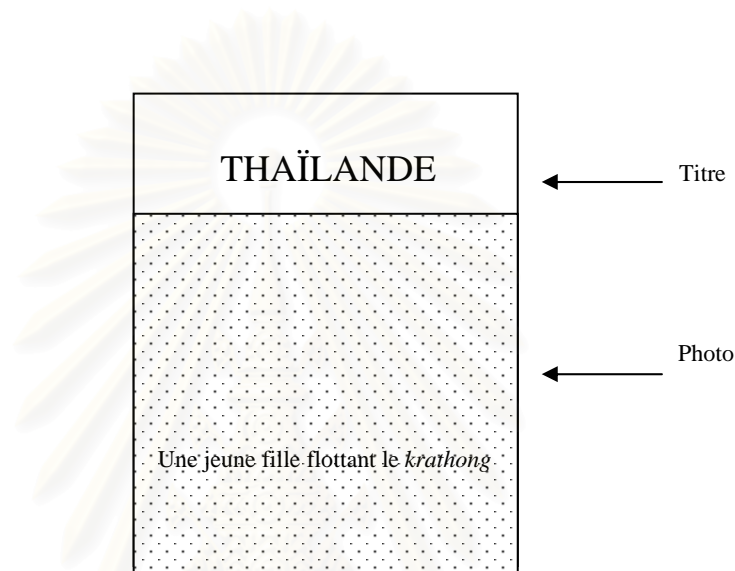
Premièrement, le guide *M.A.* propose une grande photo mise en pleine page de couverture. C'est une photo d'une jeune fille en train de faire flotter la coupe de feuilles de bananier sur l'eau (le *Kra Thong*). Nous remarquons les deux points suivants: le titre "Thaïlande" en gros caractères désignant un sujet traité par l'ouvrage. Ce titre évoque clairement le contenu total de l'œuvre. Sur cette photo, la représentation de l'image donne les caractéristiques suivantes:

- le personnage féminin d'un type asiatique, âgé d'environ 25 ans, jeune et jolie d'une manière très douce, en train de faire flotter la coupe de feuilles de bananier.
- le costume traditionnel de brocart rehaussé de bijoux somptueux et la coiffure décorée d'épingles à cheveux.

Selon ces caractéristiques, la représentation de cette photo est basée sur des informations culturelles précises: la Thaïlande est un pays touristique qui offre une culture exotique avec l'exemple de la fête de "Loy Krathong" qui n'existe pas dans le monde des voyageurs européens. Cela indique le rapport du titre de l'ouvrage "Thaïlande" et de la photo visant à donner au lecteur la même perception saisie. Réfléchissons sur la position de la photo sur la couverture du guide *M.A.*: elle propose une

seule image sur la couverture. Dans cette optique, nous trouvons que la grande photo est liée au sujet principal du livre. Elle se trouve au dessous du titre “Thaïlande” qui recouvre l’ensemble du texte majeur. Cela montre que la représentation de cette photo repose sur la culture thaïe.

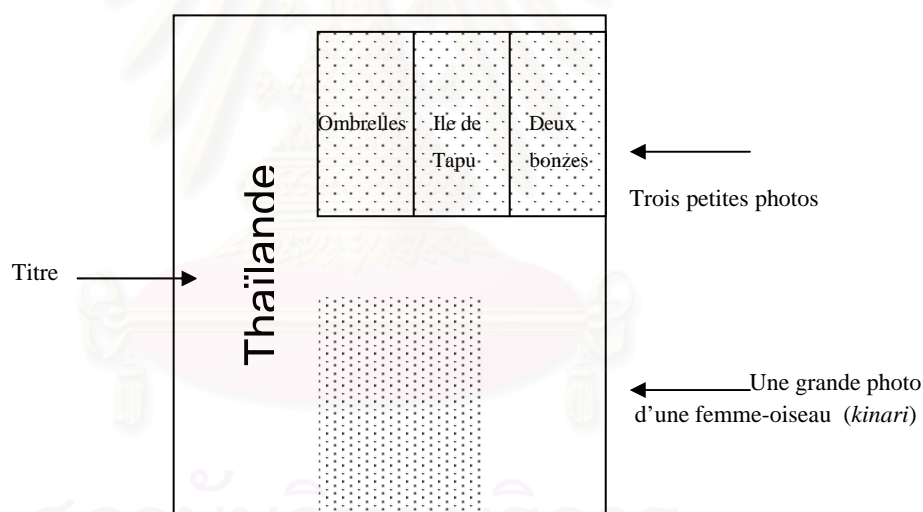
Voici l’esquisse qui représente l’image et le titre “Thaïlande”:



Selon cette esquisse, la photo d’une jeune fille faisant flotter le *krathong* représente la fête des lumières à Sukhothaï. La représentation de cette photo est focalisée sur la culture de la Thaïlande qui manifeste la fête particulière, célébrée dans tout le pays. Cette fête est particulièrement spectaculaire à Sukhothaï d’où elle est originaire. La fête donne lieu à un festival grandiose dans les ruines de l’ancienne cité. Cette image peut attirer l’attention des touristes étrangers parce qu’elle exprime une grande joie, inspirée par la tradition des illumination et des feux d’artifices, les spectacles son et lumière. Dans ce cas, le choix d’une photo devient nécessaire pour le plan thématique et optique.

Deuxièmement, le guide *Bleus Évasion* montre une grande photo d'un animal mythique ou femme-oiseau (*kinari*) du Temple du Bouddha d'Émeraude; elle se trouve en bas de la page et trois petites photos en haut; la photo des ombrelles à Bosang, à Chiangmaï, la photo de l'île de Tapu, à Phang Nga et la photo de deux moines. Ces photos concernent les grands lieux touristiques d'une part et le bouddhisme d'autre part. Cela indique que la représentation de ces photos se porte sur la présentation de la Thaïlande à travers le message visuel qui concerne le titre "Thaïlande" imprimé en gros caractère.

Voici l'esquisse qui représente l'image et le titre "Thaïlande" du guide *Bleus Évasion*:



Quatre petites photos et une grande photo sur la couverture du guide représentent des images culturelles: la fabrication des ombrelles, des bonzes et une image de l'île de Tapu. La grande photo représente une créature mythologique qui se trouve dans la cour du temple du Bouddha d'Émeraude. Le choix de cette photo crée une impression fantasmagorique chez le lecteur. Quant aux trois petites photos, la première représente la fabrication des ombrelles peintes à la main, une spécialité du Nord de la Thaïlande, relative à l'artisanat traditionnel. La

deuxième représente l'île de Tapu, site touristique du Sud de la Thaïlande. Elle est bien connue pour une scène de *l'Homme au pistolet d'or* ou *James Bond*. Cette photo évoque un paysage naturel chez le lecteur. La troisième représente deux bonzes qui évoquent le bouddhisme.

Nous voyons que le grand titre a un certain rapport avec l'image qui vise à évoquer les apparences culturelles et touristiques du pays, par exemple, le mode de vie, l'identité de certains sites touristiques. Ceux-ci ont un aspect esthétique et exotique. C'est-à-dire que le titre a l'influence sur le choix des photos sur la couverture du guide de voyage, agissant des contenus thématiques qui sont réintroduits dans le texte. La coexistence de l'image et du titre de "Thaïlande" sur la couverture attire la curiosité particulière pour la Thaïlande. L'image sur la couverture est une part des informations données dans le texte liée au titre "Thaïlande" en tant que pays de destination touristique.

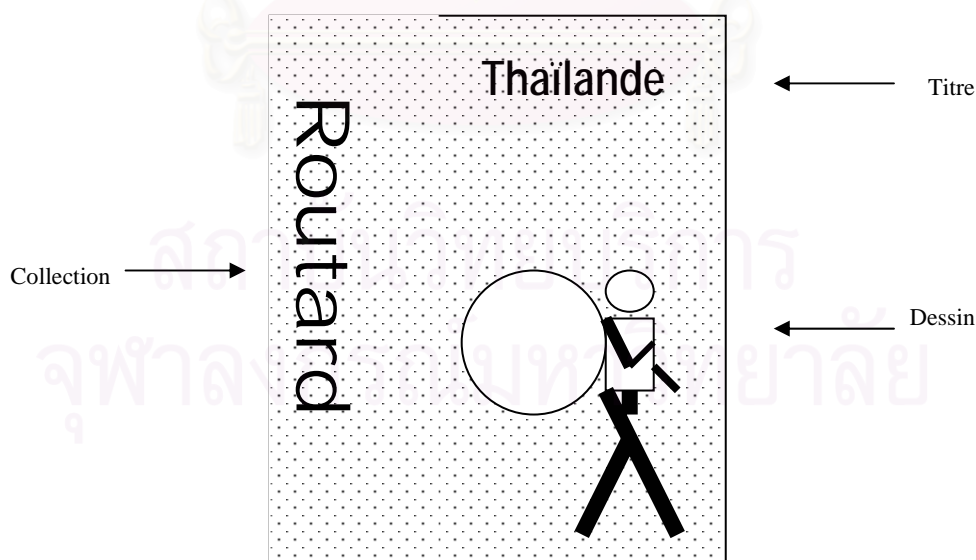
4.1.1.2 Dessins

Le dessin s'oppose à la photo dans la mesure où la technique fait appel à de multiples possibilités d'expression, par exemple, les outils: la plume et l'encre, le crayon. La représentation de l'image dessinée n'est donc pas claire comme la photo dont la technique évoque plus d'"authenticité quant à un événement que celui-ci a pu être enregistré sur une pellicule photographique, et que le cliché apparaît immédiatement

lisible.”⁵ Dans ce cas, nous trouvons qu’il y a un seul guide de voyage qui choisit à proposer le dessin sur la couverture. C’est le guide *Routard*.

L’image dessinée du guide *Routard* représente un jeune homme dynamique du type européen avec un sac à dos sous l’apparence d’un globe. Par sa présence, il est en train de marcher en ayant l’air de voyager. Dans ce cas, cette image représente un type de voyageur comme routard, liée au nom de la collection “le guide du routard” écrit verticalement en gros caractères sur la couverture. Notons que contrairement aux images de deux guides de voyage précédents qui ont un lien avec le titre, l’image de ce guide ne correspond pas au titre “Thaïlande”, le pays de destination touristique, mais à la collection portée sur le public visé, le routard.

Voici l’esquisse qui représente l’image et le titre “Thaïlande” du guide *Routard*:



⁵ Christine Cadet, René Charles et Jean-Luc Galus, *La communication par l’image* (Paris: Nathan, 1990), p. 90.

Les images proposées par tous les autres guides portent sur la culture et les lieux touristiques de la Thaïlande, sauf le guide *Routard* qui donne une image dans le sens métaphorique.

4.1.1.3 Peintures

L'usage de l'image sous forme de peinture permet de créer une impression de réalité comme celui de la photo mais la technique et les outils sont différents, par exemple, les "couleurs en tubes (pâteuses), en façon (liquides), les pinceaux: souples, pointes fines, effilés ou plats."⁶

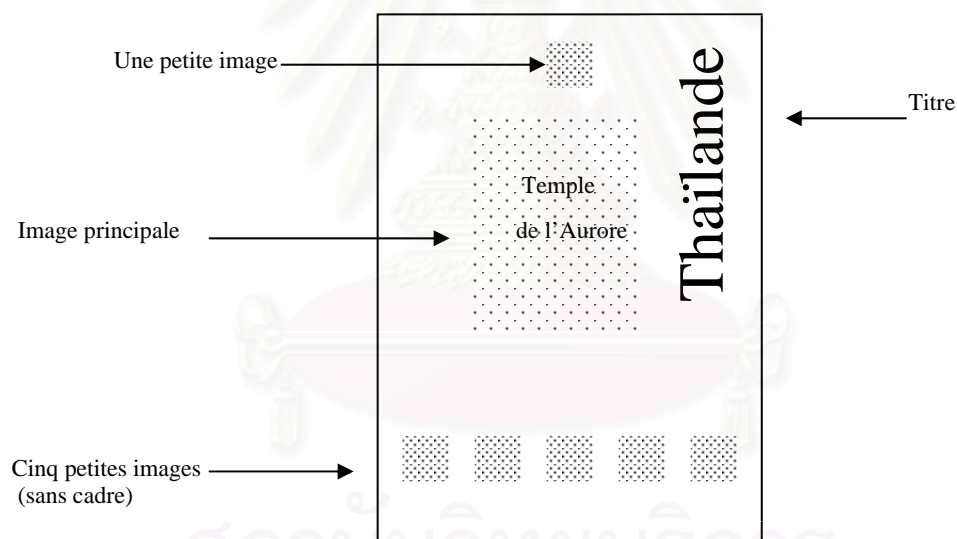
Dans ce cas, nous trouvons que l'image du guide *Gallimard* donne une impression réaliste qui permet d'évoquer l'effet d'atmosphère de la Thaïlande d'autrefois comme en témoigne cette citation écrite sur la couverture, "une ville et sa mémoire à découvrir et à partager dans un guide *Gallimard*."⁷ C'est-à-dire que le guide *Gallimard* met l'accent aussi bien sur la Thaïlande contemporaine que sur la Thaïlande du passé. Le choix de la principale peinture représente le temple de l'Aurore ou le Wat Arun entouré des anciennes maisons apparaissant sur les rives du fleuve navigable "Chao Phraya", un grand axe d'échanges et la principale artère des Bangkokiens. Autour d'une grande image, il y a six petites images, situées hors de l'encadré, qui représentent un pousse-pousse (en haut), et en bas, un calao bicolore, un ébénier taillé en chandelier, dans le style chinois, Rama VI sur le trône, la porte de cérémonie du Wat Suan Dok et un panier à semences. Dans cette optique, le lien entre l'image et

⁶ Christine Cadet, René Charles et Jean-Luc Galus, *La communication par l'image* (Paris: Nathan, 1990), p. 34.

⁷ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), page de la couverture.

le texte sur la couverture évoque des informations sur la Thaïlande. Ces images sont reprises à l'intérieur du texte, par exemple, l'image d'un calao bicorne à la page 17, un ébénier taillé à la page 147, Rama VI à la page 58, la porte de cérémonie à la page 95 et le panier à semences à la page 74. De fait, le guide *Gallimard* utilise les images mettant l'accent sur la nostalgie du pays: le lecteur peut découvrir des empreintes historiques représentées ou l'histoire de la Thaïlande dans le texte intérieur.

Voici l'esquisse qui représente l'image et le titre "Thaïlande" du guide *Gallimard*:



Toutes ces images représentent des aspects culturels et naturels, par exemple, le mode de vie d'autrefois, la vie sur l'eau et l'artisanat. Ces images renvoient aux curiosités touristiques de la Thaïlande.

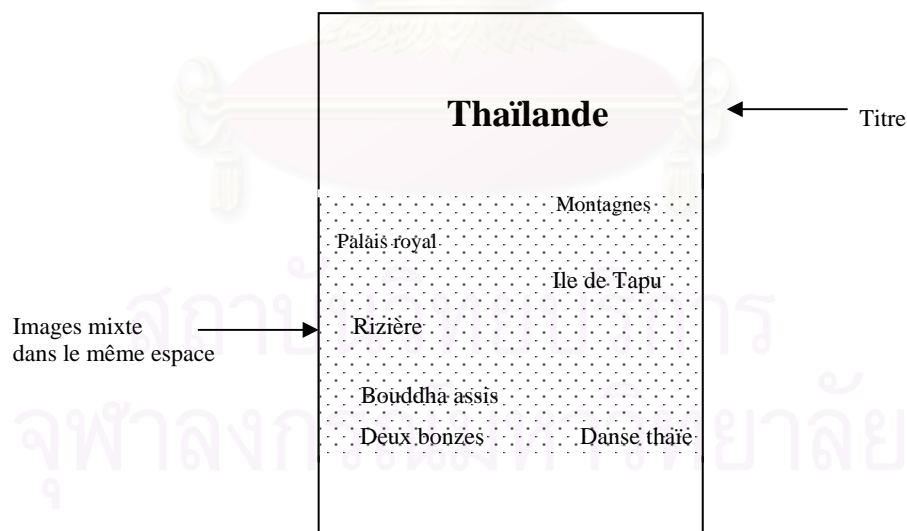
Un autre exemple, le guide *Michelin* représente les images mélangées. C'est-à-dire que dans un seul espace visuel, sans cadre. Ces

images représentent les principales curiosités de la Thaïlande des cinq régions:

- la plaine centrale: l'image du Bouddha assis à Sukhothai, l'image de la rizière et deux bonzes,
- la capitale: le Palais Royal et celle de la danse classique thaïe,
- le Nord-Est: l'image d'un château de pierre et celle d'un éléphant,
- le Nord: l'image des montagnes, et
- le Sud: l'île de Tapu à Phang Nga,

Ces images représentent la Thaïlande sous plusieurs facettes dans une même page. Elles représentent cinq régions de Thaïlande.

Voici l'esquisse qui représente l'image et le titre "Thaïlande" du guide *Michelin*:



Toutes les images sont unies dans le même espace. La composition des images donne en effet comme un mélange des petites images.

Pourtant, nous voyons que chacune de ces images veut représenter le centre d'intérêt d'une région de Thaïlande.

Par la représentation des images de cinq guides de voyage, nous trouvons que quatre des cinq images sont choisies pour attirer l'attention d'une part, et d'autre part, pour donner des informations du pays que le lecteur peut lire en détails à l'intérieur du texte. Seule l'image du guide *Routard* représente un jeune homme qui indique précisément la collection du guide focalisée sur son client, le routard. Remarquons que le choix de l'image a une influence quelque fois sur l'interprétation de la signification des images données, par exemple, le choix du dessin. L'interprétation de l'image dessinée est différente de l'image photographique dans la mesure où la technique et les outils peuvent reproduire quelques perceptions différentes d'un objet réel. De plus, bien que tous les deux soient les signes iconiques, l'image dessinée peut donner une autre signification cachée qui nous permet de l'interpréter comme un message linguistique.

4.1.2 Interprétation des images

D'après la représentation des curiosités touristiques des images données, nous trouvons que l'image dessinée peut être interprétée à deux niveaux distincts: le niveau dénotatif et le niveau connotatif. Selon Roland Barthes, il propose le modèle binaire: l'image peut entretenir un double rapport de sens, ce sont "l'image dénotée et l'image connotée."⁸ Dans cette optique, il est évident que le sens vient à l'image contenant des différents messages. Ces messages correspondent à l'image originale au

⁸ Jean Michel Adam et Marc Bonhomme, *L'argumentation publicitaire* (Paris: Nathan, 1997), p. 178.

sens dénotatif, appelé le “message littéral, par opposition au message précédent, qui est un message symbolique”⁹ au sens connotatif ou figuré.

4.1.2.1 Image au sens littéral

Il s’agit des images représentant la réalité littérale ou non-codée telles que la photo qui donne le message littéral dont l’objet photographié représente “dans la perfection analogique, son avoir été là.”¹⁰ C’est-à-dire que la photo ressemble à ce qu’elle représente et elle donne le sens original de l’objet. Nous constatons que quatre guides de voyage montrent en couverture des images littérales. Ce sont les images qui donnent une impression de réalité des objets perçus, concernant le message socio-culturel. C’est le cas du guide *M.A.* et du guide *Bleus Évasion*. Le premier représente la photo d’une jeune fille en train de faire flotter le *kra thong* indiquant la fête des Lumières à Sukhothai. Le signifiant de l’image dénotée est constitué par les entités photographiées et son signifié est fourni par ces mêmes entités dans la réalité. Ici, le signifiant (référent) et le signifié (interprétant) ne sont pas transformés au niveau dénotatif. C’est-à-dire que l’image d’une jeune fille permet de reconnaître immédiatement une jeune fille en train de flotter la coupe de bananier, l’objet réel du monde. Le deuxième, c’est la photo sur la couverture du guide *Bleus Évasion*. Elle représente un animal mythique ou femme-oiseau (*kinari*) du Temple du Bouddha d’Émeraude et les trois petites photos: des ombrelles, de l’île de Tapu à Phang Nga et les deux bonzes. Au niveau dénotatif, le signifiant et le signifié ne sont pas transformés. Nous pouvons reconnaître spontanément ce que les images

⁹ Roland Barthes, “Rhétorique de l’image”, *Communication* n° 4 (1964): 42.

¹⁰ Violette Morin, “L’analyse des images”, *Communications no. 15* (1970): 111.

photographiées sont l'animal mythique, des ombrelles, l'île de Tapu à Phang Nga et des bonzes. Ces photos sont liées à la perception du récepteur qui interprète le message selon l'image proposée, vue comme un miroir de son référent.

En outre, nous trouvons que le dessin et la peinture peuvent donner un message dénoté. Par exemple, dans le cas du guide *Gallimard*, son image principale représente le Temple de l'Aurore (Wat Arun) d'autrefois avec des maisons flottantes remarquées par des colporteurs de canal sur leurs bateaux et des six petites images hors du cadre de l'image principale. Selon ces images, nous trouvons quand même qu'il n'y a pas de transformation entre le signifiant et le signifié. C'est-à-dire que ces images représentent les objets originaux accentuant la Thaïlande d'hier. Pour le guide *Michelin*, les images mixtes représentent les principales curiosités de la Thaïlande comme nous avons dit précédemment. Pour l'interprétation du sens, ces images reproduisent les mêmes choses qu'elles représentent, liées aux lieux touristiques de la Thaïlande.

En tout cas, nous constatons que ces images sont considérées comme un système de signes qui constituent directement le sens original du référent. Ces images renvoient à leurs propres caractères sans changer l'apparence de l'objet. Cela indique que les images proposées sur la couverture jouent un rôle principal de représentation des objets réels dans le monde touristique par rapport à la société et à la culture des Thaïs. Ces images peuvent donner des informations sur la Thaïlande en tant que grand titre.

4.1.2.2 Image au sens figuré

Il s'agit des images destinées à l'interprétation dépendant des "savoirs partagés par la communauté dans laquelle apparaît l'image."¹¹ C'est-à-dire que dans l'ensemble de l'image, l'interprétation iconique permet de donner deux messages différents. Ce sont deux systèmes de dénotation et de connotation pour la même image. La dénotation de l'image se distingue par le message qui donne directement le sens sans transformation, et la connotation se caractérise par le message qui donne indirectement le sens. Dans ce cas, nous observons que la "dénotation du dessin est moins pure que la dénotation photographique, car il n'y a jamais de dessin sans style"¹² C'est ainsi que certains guides de voyage choisissent le dessin pour évoquer la connotation du message.

Selon la distinction, l'utilisation du dessin sur la couverture du guide de voyage nous permet de décrire la structure de l'image ainsi que l'explication du rôle de l'image pour les maisons d'éditions qui produisent les guides de voyage.

Pour illustrer l'image au sens figuré, considérons l'image dessinée du guide *Routard*, ce guide a choisi de montrer une image au sens figuré.

Selon l'image sur la couverture du guide *Routard*, le dessin représente un jeune homme marchant avec son sac à dos comme nous l'avons dit précédemment. Il nous semble que cette image est explicite, puisque ce dessin est considéré comme le signe iconique dont le

¹¹ Ibid., p. 178.

¹² Roland Barthes, "Rhétorique de l'image", *Communication* n° 4 (1964): 46.

“signifiant a une relation analogique avec ce qu’il représente.”¹³
 Autrement dit, ce dessin nous permet de reconnaître un équivalent de la réalité d’un jeune homme avec son sac à dos en train de marcher. Sans préjuger profondément, disons que nous aurons d’une part la dénotation suivante: un jeune homme accompagné d’un sac à dos, mais son sac à dos connote le globe qui désigne la terre. C’est-à-dire que le sac à dos représenté par ce dessin est un globe selon la forme repérée comme une rondeur sous la forme figurée. Cette forme évoque une optique particulière qui propose une connotation. Cela signifie que le jeune homme est un globe-trotter voyageant autour du monde.

Après avoir étudié les images de la couverture de cinq guides de voyage, nous constatons qu’il y a deux systèmes sémiologiques perçus, l’un rend compte le plus fidèlement possible des signifiants iconiques, c’est le niveau de dénotation, et l’autre suscite un système de connotation qui prend en charge la spécificité des figures particulières d’une image proposée.

4.1.3 Fonction de l’image de couverture

Toutes les images proposées par chaque guide de voyage ont leurs sens, elles aident le lecteur à mieux comprendre le titre et elles résument ce que le guide de voyage veut dire en attirant l’attention le lecteur par une image exotique et séduisante. Nous pouvons donc relever les fonctions des images de la couverture comme les suivantes:

¹³ Martine Joly, *Introduction à l’analyse de l’image* (Paris: Nathan, 2001), p. 28.

4.1.3.1 Fonction persuasive

Une image proposée est destinée à attirer l'attention du lecteur en lui plaisant. Les images de la couverture permettent surtout d'établir une première impression avant la lecture du texte. Il s'agit d'éveiller une impression esthétique et insolite. Surtout, les images des sites touristiques incitent à une réaction émotionnelle. Elles présentent les traits historiques et identitaires de la Thaïlande tels que les temples et les palais représentés dans le guide *Michelin* et dans le guide *Gallimard*. De plus, il y a aussi des images qui présentent une apparence culturelle locale, telle que la fête des lumières à Sukhothai dans le guide *M.A.*, la danse classique thaïe dans le guide *Michelin*, la vie fluviale des Thaïs d'autrefois dans le guide *Gallimard* et l'animal mythique du Wat Phra Kéo dans le guide *Bleus Évasion*. Étant donné que normalement, l'homme est curieux de connaître et de voir ce qui est différent de son pays, les images d'une apparence culturelle locale du pays étranger donnent des motivations touristiques, du désir à la découverte du patrimoine, des monuments du passé, exotiques de ceux de chez lui. Les images de ces attraits jouent donc un rôle important pour capter l'attention du lecteur qui jette un coup d'œil sur la couverture. C'est une technique de mettre en valeur à la première page, ce qui tient compte de l'attention du lecteur du guide de voyage.

4.1.3.2 Fonction informative

Les images proposées dans les guides de voyage ont le même titre de *Thaïlande*, nom donné par le rédacteur-auteur, qui évoque clairement son contenu et qui découvre toutes les données informatives du texte. C'est-à-dire que la couverture du guide de voyage "transmet certaines

informations sur le contenu du livre grâce au titre, à l'illustration et au texte.”¹⁴ Tous les guides de voyage proposent les images accompagnées du nom propre “Thaïlande” comme titre. Ce titre fonctionne comme un élément redondant qui exprime l'ensemble du texte touristique par rapport aux images. C'est une technique qui consiste à établir des parallélismes entre les mots et les images répétés. C'est-à-dire que nous savons d'abord de quoi le texte va nous informer, par exemple, dans le guide *Michelin*, les images des curiosités en Thaïlande: le temple du Bouddha d'Émeraude du Palais royal, la baie de Phang Nga au sud de la Thaïlande, le Bouddha assis au Wat Phra Si Ratana Mahathat à Sukhothai. Ces images sont représentées dans le texte et elles nous informent sur ce que le rédacteur-auteur souhaite nous présenter.

4.1.3.3. Fonction méta-visuelle

Les mots accompagnant les images indiquent la maison d'édition, le public visé et le titre. Elles donnent la qualité du livre, tel que le guide *Routard* qui montre une image accompagnée de trois mots écrits: “routard”, “le guide du routard” et “Thaïlande”.

- Le mot “routard” dénote le public visé, l'acheteur ou le lecteur.
- Le mot “le guide du routard” donne le titre de la collection de guide de voyage.
- Le titre “Thaïlande” donne des indications sur le thème principal du guide de voyage relatif à l'ensemble du texte.

¹⁴ Christiane Cadet, René Charles et Jean-Luc Galus, *La communication par l'image* (Paris: Nathan, 1990), p. 109.

Après cette observation, il y a la relation entre l'image et l'écriture. C'est-à-dire que les mots ont recours à l'image pour illustrer ce qu'ils veulent définir.

Nous voyons que la couverture des guides de voyage est toujours accompagnée de l'image qui joue un rôle important pour inciter le lecteur à lire et à acheter le guide de voyage.

4.2 Images en texte

Trois sur cinq guides de voyage présentent les images photographiques axées sur les attraits touristiques qui sont les caractères les plus frappants de l'aspect non-verbal transmis par les guides de voyage. Comme nous l'avons signalé plus haut, pour donner l'effet réel de l'objet du monde le plus fidèle dans le domaine touristique, l'image photographique est efficace et considérable. Dans ce cas, nous nous concentrons sur une approche de l'image photographique considérée comme un outil d'expression et de communication en tant que message visuel d'un côté et nous nous intéressons à l'étude de sa fonction évoquée par l'image d'un autre côté. Ces deux considérations nous amèneront à comprendre en quoi le message visuel est censé servir et à identifier, en effet, le destinataire du message visuel.

4.2.1 Catégories des images présentées

Après avoir examiné l'usage des images dans les guides de voyage, nous trouvons que les images donnent des informations en tant que message visuel. En suivant la mise en page de l'image en texte, nous distinguons trois catégories d'images comme les suivantes:

4.2.1.1 Images culturelles

Il s'agit des images de temples, de palais et de monuments du passé représentant le patrimoine de la Thaïlande, par exemple, dans le guide *Michelin*, la photo du pavillon *Dusit Maha Prasat* représente l'architecture et son ornementation comme en témoigne cette légende qui l'accompagne: "c'est un des bâtiments d'origine édifiés par Rama I^{er}. Les toits à plusieurs pans sont surmontés, à la croisée des faîtes, d'une spire à étages ornementée et terminée par une flèche élancée."¹⁵ Dans le guide *Gallimard*, la photo du temple *Phra Singh* montre l'architecture du temple de style *Lan Na*, style typique du Nord de la Thaïlande, comme l'atteste aussi cette description: "il renferme le célèbre Phra Bouddha Singh, une statue en bronze du début de l'époque du Lan Na, apporté de Chiangraï en 1400."¹⁶ Sur ce point, nous voyons que par les photos de l'architecture patrimoniale et religieuse de chaque région, le lecteur peut connaître le style et l'art qui marquent la splendeur, le raffinement des anciens bâtiments de l'époque.

De plus, les images qui représentent la culture thaïe dans ses aspects les plus dynamiques ou les plus insolites sont les images des fêtes et des manifestations permettant d'évoquer la culture locale. Les images des fêtes et des manifestations se caractérisent par la diversité des cultures régionales, par exemple, la fête de l'eau ou "Song Kran", la fête des lumières à Sukhothai, la fête des fusées à Yasothon, la fête des bougies à Ubon Ratchathani, la fête des fleurs à Chiangmaï, la fête des éléphants à Surin et le festival végétarien à Phuket. Ces images représentent les fêtes

¹⁵ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 82.

¹⁶ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Gallimard, 1993), p. 266.

religieuses et les fêtes civiles de chaque région, de chaque village de la Thaïlande. Le lecteur peut être attiré par la représentation des images de ces fêtes qui présentent la vie locale des Thaïs.

Prenons comme exemple, dans le guide *Bleus Évasion*, la photo de la page 222 qui représente le défilé avec des fusées sur un char décoré. Cette photo représente la fête des fusées à Yasothon dont la réputation est incontestable. Sous la photo des fusées de Yasothon, la représentation de la légende (tout texte qui accompagne une image et qui lui donne un sens) donne les caractéristiques culturelles suivantes:

- La grande fusée sur le char décoré de dragons et d'éléphants, gardé par des nâgas, fabriqué de façon artisanale.
- De nombreux danseurs et musiciens en costume traditionnels, agglutinés autour de rampes de lancement.

Selon les caractéristiques ci-dessus, cette image représente la fête unique des fusées de Yasothon où le visiteur peut connaître la tradition des Thaïs du Nord-Est.

Les images culturelles ne représentent pas que les fêtes et les manifestations, mais aussi les photos des aliments, des fruits exotiques qui constituent un véritable patrimoine culturel. La cuisine thaïe se distingue par les modes, par une délicatesse qui tient compte à la fois de la dégustation et des impressions visuelles (les couleurs, le décor), par la variété des produits du terroir. Sur ce point, la photo donne des impressions visuelles représentant la gastronomie populaire, notamment, les plats typiques de la cuisine thaïe accompagnée de la recette, par exemple, la soupe de crevette épicée à la citronnelle (*Tom Yam Kung*) le

plat le plus célèbre pour les étrangers, le curry sec de poulet (*Phanaeng Kai*), le curry d'une sauce épicée du canard rôti (*Kaeng Phed Ped Yang*). Le guide *Michelin* nous présente la photo de la soupe de crevettes épicée à la citronnelle (*Tom Yam Kung*). Cette photo représente la soupe de crevettes, un repas typique en pot de terre qui marque le style traditionnel. Le *Tom Yam Kung* est “un des plats populaires”¹⁷ de la cuisine thaïe que le visiteur ne doit pas manquer à goûter s'il visite la Thaïlande.

De plus, la photo représente l'art de la sculpture sur fruits exprimant la quintessence de la cuisine royale thaïe où l'esthétique de représentation des photos est aussi importante pour indiquer un art traditionnel raffiné, d'une part; d'une part, la photo représente la diversité des fruits exotiques, tels que les longanes, les ramboutans, les mangoustans, les jacquiers, et les durians, afin de montrer la prospérité de la terre où poussent les fruits exotiques. Dans le guide *Bleus Évasion*, par exemple, la photo représente la sculpture sur fruits et légumes. Le lecteur peut y apprécier l'art traditionnel. C'est un art qui exprime la beauté et la quintessence de la cuisine royale thaïe. Comme en atteste la légende, “la sculpture sur fruits et légumes est un art traditionnel raffiné, exclusivement féminin.”¹⁸

Selon cette explication, les photos offrent le plaisir de l'œil et la séduction d'une visite gastronomique.

Reprenons les derniers exemples, l'image culturelle est axée sur la tradition. Ce sont les photos des produits artisanaux ou locaux, tels que

¹⁷ Collectif, *Thaïlande*, guide de Tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 62.

¹⁸ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 36.

dans le guide *Bleus Évasion*, à la page 178-179, cinq photos représentant l'artisanat des tribus montagnardes de Chiangmaï, la fabrication des objets en laque, en bois et en argent et les tissus traditionnels; dans le guide *Gallimard*, à la page 270-271, huit photos représentent aussi l'artisanat de Chiangmaï, par exemple, les photos de la sculpture sur bois, des objets en laque, en céladon, en argent, la photo des ombrelles et des étoffes du Nord.

Nous affirmons que les images culturelles représentent les célébrations de chaque région, de chaque village et le mode de vie des Thaïs, influençant la curiosité et l'intérêt culturel d'une visite.

4.2.1.2 Images écologiques

Les images écologiques liées aux environnements sont axées sur la prise en considération de la nature, par exemple, les paysages, les mers, les plages, les parcs naturels, les forêts et les animaux. Dans le guide *Bleus Évasion*, à la page 14-15, quatre photos sont consacrées à la nature, par exemple, celle qui représente la plage de Krabi “conférant une étrange symétrie aux paysages terrestres et maritimes à la région.”¹⁹ Également à Krabi, dans le guide *Gallimard*, à la page 224-225, sept photos mettent l'accent sur les îles, dont l'une représente une île côtière de Krabi où le paysage se distingue par les récifs de corail qui risquent “à terme de détruire ce bel écosystème”²⁰ par la fréquentation intensive des foules de touristes. Dans le guide *Michelin*, la photo à la page 17 s'entend à la flore. Sept photos d'une variété de fleurs exotiques sont

¹⁹ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 14.

²⁰ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 225.

représentées dans la même page consacrée à l'abondance de la nature tropicale thaïlandaise qui est "l'univers particulier, où règne une forte humidité qui favorise la croissance de la végétation et permet le développement de toutes sortes de plantes et d'animaux."²¹ Selon ces exemples, la représentation des photos indique essentiellement les milieux naturels qui couvrent de forêts tropicales et les îles côtières.

4.2.1.3 Images ethniques

Les images ethniques renvoient essentiellement à des minorités des tribus montagnardes, réparties en six groupes: Akha, Hmong, Karen, Lahu, Lisu et Yao. Ils sont les plus attirants des groupes minoritaires. De leurs aspects traditionnels, ces groupes ethniques jouent un rôle important pour attirer l'attention des touristes. Ils sont connus pour les activités agricoles itinérantes, les traditions animistes, la culture du pavot et l'artisanat. Dans le guide *Michelin*, par exemple, à la page 23, six photos des tribus montagnardes sont représentées dans la même page. Dans le guide *Bleus Évasion*, de la page 192 à la page 195, sept photos représentent les peuples des montagnes. Également dans le guide *Gallimard*, de la page 294 à la page 301, les photos sont consacrées aux tribus montagnardes et leurs artisanats: le costume traditionnel et les bijoux en argent.

En fait, nous pouvons affirmer que les images photographiques influent sur la vision du monde touristique, choisies par les maisons d'éditions des guides de voyage. Ces maisons d'éditions se manifestent par "l'ensemble des concepts qui organisent une société à un moment

²¹ Collectif, *Thaïlande*, guide de tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 16.

donné de son histoire, et les modèles iconiques (sur les deux plans optique et thématique) que cet ensemble élabore (dans le cas évidemment où une culture engendre une iconographie).”²² C’est-à-dire que les photos sont liées aux informations données par le rédacteur-auteur. Il s’agit des images touristiques qui attirent l’attention du lecteur du guide de voyage.

Nous constatons que les images correspondent aux informations données qui déterminent le choix des images insérées dans les guides de voyage.

D’ailleurs, après le classement des images données, nous trouvons que les images culturelles sont les plus insérées dans les guides de voyage (le guide *Gallimard* offrent cent quarante-sept images, le guide *Michelin* cinquante-deux images et le guide *Bleus Évasion* trente-deux images), puis les images écologiques (le guide *Gallimard* offrent quatre-vingt-quinze images, le guide *Michelin* dix-neuf images et le guide *Bleus Évasion* dix-huit images) et enfin les images ethniques (le guide *Gallimard* offrent sept images, le guide *Michelin* six images et le guide *Bleus Évasion* huit images). Cela montre que tous les guides de voyage mettent l’accent sur les images qui peuvent évoquer le sentiment et le plaisir du lecteur par rapport aux informations données dans le texte. Ces images sont considérées comme le message visuel qui donne des informations touristiques de la Thaïlande; le lecteur du guide peut être ainsi captivé par la visibilité pendant la lecture du texte; par exemple, la photo de la “cité des lumières” qui représente le raffinement du style national. Si le texte décrit l’art de la période d’Ayutthaya, il est difficile

²² Michel Rio, “Le dit et le vu”, *Communication 29* (1987): 57.

pour le lecteur de le comprendre. Alors, l'introduction d'une photo de la cité des lumières (Ayutthaya) lui aide à mieux connaître la finesse des ornements ainsi que l'architecture d'Ayutthaya qui "plante un décor majestueux."²³

Il est évident que l'introduction des images aide le lecteur à mieux comprendre le texte ainsi que pour attirer l'attention du lecteur à connaître des sites touristiques ou de l'exotisme. Ils peuvent inspirer le désir d'une visite du lecteur.

4.2.2 Mise en page de l'image

Partant de quelques réflexions précédentes sur le choix des photos organisées, cette partie nous amène à envisager les rapports entre la parole et l'image qui coexistent dans un texte touristique.

De fait, nous trouvons qu'il y a trois types de mise en page des images qui peuvent accompagner le texte des guides de voyage.

4.2.2.1 Image accompagnée de la légende

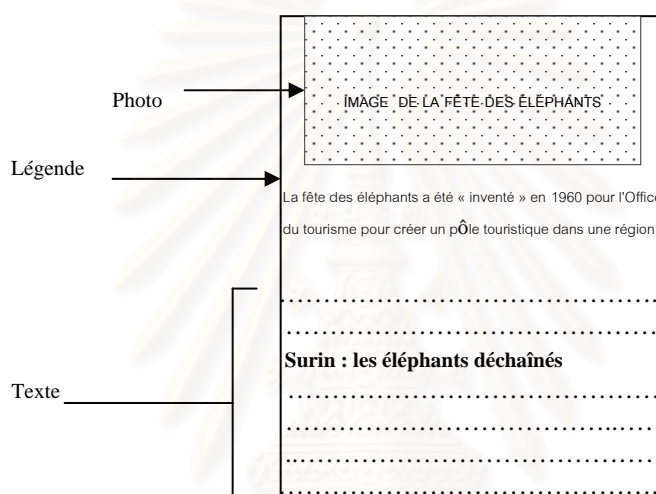
Le premier type se distingue par l'image accompagnée des mots explicatifs que nous appelons la "légende"²⁴, par exemple, dans le guide *Bleus Évasion*, la photo des éléphants accompagnée d'une petite explication relative au sujet traité du texte "Surin: les éléphants déchaînés". Tout en bas de la photo en caractère plus petit, on écrit "la

²³ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 138.

²⁴ Le mot "légende" selon *le Petit Robert*, désigne le texte qui accompagne une image et lui donne un sens. (Le Petit Robert 2000: 1424)

fête des éléphants a été inventée en 1960 par l'Office du tourisme pour créer un pôle touristique dans une région reculée peu visitée. Une centaine d'éléphants y participent avec leurs cornacs.”²⁵ Cette explication est considérée comme la légende renvoyant à l'image qui représente le spectacle des éléphants à Surin.

Pour illustrer ce propos, voyons le schéma ci-dessous:



Selon le schéma, la photo apporte une connaissance complémentaire au texte, centré sur le talent des éléphants à Surin que le touriste peut visiter pour voir le spectacle comportant “trois animations principales: un match de foot, le travail dans les forêts et une simulation de bataille entre Siamois et Birmans”,²⁶ comme le précise le texte.

4.2.2.2 Image accompagnée du titre

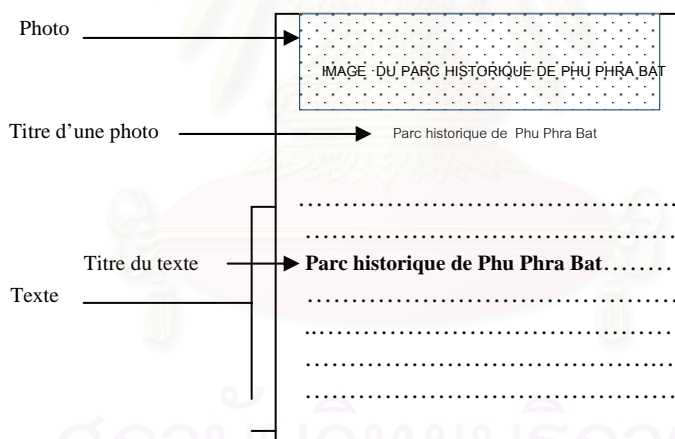
Le deuxième type de mise en page de l'image est l'image accompagnée d'un nom donné au texte. Il s'agit d'une image qui peut

²⁵ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasion (Paris: Hachette, 1997), p. 213.

²⁶ Ibid., p. 213.

fonctionner comme le titre grâce à sa répétition visuelle. Sur ce point, nous trouvons que l'image photographique donne la répétition de l'écrit, tout comme le titre. Ce type d'image interpelle le premier regard du lecteur. Elle peut évoquer une connaissance relative au message linguistique. Il s'agit d'un point d'ancrage où l'image donne le sens. Le titre d'une photo est repris par le titre d'un texte. Prenons l'exemple du guide *Michelin*, au dessous de la photo, le nom de la photo écrit en petits caractères du titre de la photo "Parc historique de Phu Phra Bat".²⁷ Cette photo accompagnée d'un titre devient en fait dans le texte le sujet traité qui se trouve au dessous de la photo comme titre du texte "Phu Phra Bat".

Considérons le schéma ci-dessous:



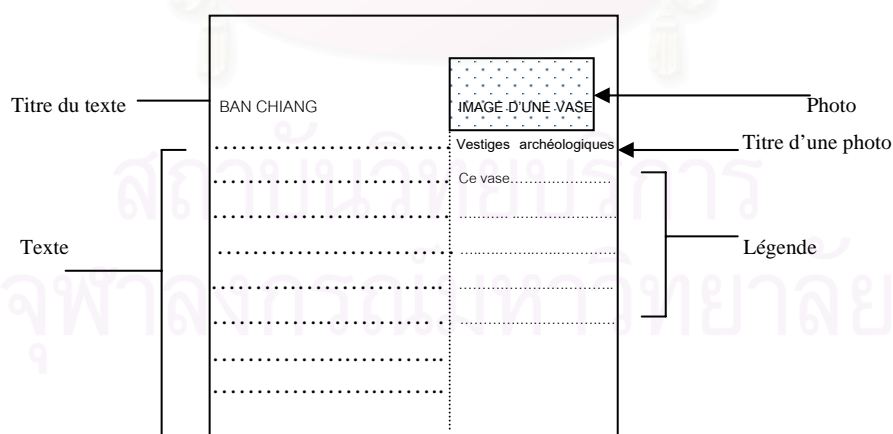
Selon ce schéma, nous trouvons la répétition du nom de titre. L'un est le titre de la photo et l'autre, le titre du texte. Ces deux faits sont répétitifs. Nous pouvons considérer que la représentation de ce type de photo nous emmène à capter tout le message transmis par le titre du texte. Dans ce cas, l'image et le titre se nourrissent mutuellement. Le titre de la

²⁷ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 271.

photo devient effectivement indispensable sur le plan thématique et optique. Il recouvre l'ensemble des informations données. Quant à la photo, elle aide le lecteur à la compréhension totale de ce qui va être dit. C'est-à-dire qu'elle se fonctionne comme titre.

4.2.2.3 Image accompagnée de la légende et du titre

Il s'agit d'une image qui se trouve dans un espace latéral, associé au titre et à la légende. Ce type de photo augmente la lisibilité et l'intensité d'un texte. C'est-à-dire que c'est une des techniques de mise en page pour orienter le lecteur dans le détail d'une connaissance relative au sujet traité; par exemple, dans le guide *Gallimard*, le titre d'une photo "Vestiges archéologiques"²⁸ et la légende se trouvent au dessous de la photo. De plus, nous voyons que cette photo associée de deux supports photographiques est placée à gauche du texte dont le titre du texte est "Ban Chiang". Cette photo est introduite juste à gauche du texte pour fournir une connaissance particulière.



D'après ce schéma, la photo placée à gauche est considérée comme un élément contextuel du texte principal permettant d'orienter l'intérêt de

²⁸ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 229.

la lecture dans un espace latéral pour que le lecteur puisse avoir des connaissances particulières en regardant cette photo contextuelle. C'est-à-dire qu'elle donne plus de connaissances particulières que le texte majeur ne peut fournir.

Selon notre examen de la mise en page de l'image, nous trouvons qu'il y a un certain rapport entre l'image et le texte, par exemple entre l'image et sa légende, l'image avec le titre. Ce rapport fonde précisément le sens de la perception visuelle. L'image accompagnée d'expressions tels que le titre, la légende, suppose la mise en rapport simultanée avec le texte. La raison est que l'image photographique insérée dans le texte du guide de voyage marque la représentation fidèle de l'objet réel, par exemple, la photo d'un lieu touristique, la photo d'un objet ancien. Dans cette optique, l'image photographique ne sert pas seulement à attirer l'attention, à séduire le lecteur, mais elle évoque aussi ce que le texte majeur ne suffit pas à communiquer comme le troisième type précédent. D'autre part, l'image est employée afin de guider la lecture comme le deuxième type. La photo de ce type représente un lieu touristique (le parc historique "Phu Phra Bat") dont le titre de l'image est "Parc historique du Phu Phra Bat". Le titre de l'image est le même de celui du texte majeur "Parc historique du Phu Phra Bat". C'est-à-dire que le texte et l'image photographique disent la même chose. Nous pouvons soit regarder l'image, soit lire le texte en recevant la même information qui est principalement exprimée par le titre de la photo. Nous constatons bien qu'ici l'image ne sert pas seulement à attirer l'attention, à séduire le lecteur mais elle est employée pour guider la lecture en tant que titre d'un texte principal. Comme en témoigne Roland Barthes qui définit deux fonctions linguistiques par rapport à l'iconique: "celle d'ancrage et celle

de relais.”²⁹ La fonction d’ancrage du message linguistique a une valeur “répressive”. C’est-à-dire que “la parole est là pour fixer les signifiés de l’image, toujours polysémique. Elle répond à la question: qu’est-ce c’est ?”³⁰ Le titre d’une photo “Parc historique du Phu Phra Bat” est un exemple d’ancrage. C’est-à-dire que lorsque nous regardons la photo de “Parc historique de Phu Phra Bat” nous savons qu’il s’agit de la représentation d’une formation rocheuse (selon la représentation d’une photo) mais nous ne savons pas du tout de quoi il s’agit, ni le parc historique, ni le nom de parc. Le titre d’une photo a une fonction d’ancrage nécessaire au repérage du lieu touristique s’agissant de la compréhension de l’image proposée sur le plan thématique. Ce plan désigne du sujet traité provoquant plus clairement son contenu.

4.2.3 Fonctions de l’image en texte

L’insertion des images est indispensable pour les guides de voyage qui ont besoin d’un appui de l’argumentation iconique. C’est-à-dire la séduction concernant l’effet privilégié de l’invitation à l’achat du guide de voyage. De plus, si nous réfléchissons sur le niveau textuel, nous trouvons d’autres fonctions des images photographiques évoquant l’authenticité, la beauté et la nostalgie.

²⁹ La fonction de “relais” s’oppose de la fonction d’ancrage par l’implication de l’image et la parole dans un rapport complémentaire: ce que l’image n’exprime pas, la parole le dit, tel que dans la bande dessinée. (Martine Joly 200: 96.)

³⁰ Michel Rio, “Le dit et le vu”, *Communications* 29 (1987): 61.

4.2.3.1 Fonction authentique

L'usage de l'image photographique est une des techniques subtiles de donner un aspect visuel à l'objet décrit. C'est parce que "la photographie renforce l'impression de réalité. Le lecteur croit d'autant plus à l'authenticité d'un événement que celui-ci a pu être enregistré sur une pellicule photographique, et que le cliché apparaît immédiatement lisible."³¹ Dans cette optique, les images photographiques indiquent une reproduction fidèle de l'objet perçu qui est un des outils représentatifs de la réalité d'un attrait ou d'un lieu grâce à ses caractères analogiques. Cette technique est différente de l'image dessinée et de l'image peinte parce que le dessin et la peinture présentent le trait exécuté à la plume, au pinceau ou au crayon. Alors, ils ne peuvent pas nous donner une véritable impression de réalité. Lorsque le rédacteur-auteur décrit un paysage touristique, il met en page des photos pour illustrer sa description liée à l'objet représenté; par exemple, dans le guide *Michelin*, la photo de "Phra Thinang Aisawan Tippaya Art" se trouve au-dessous la description donnée par le rédacteur-auteur. Cette image renforce notre impression de l'authenticité privilégiée d'un pavillon comme le dit le rédacteur-auteur, "Le regard est attiré vers le milieu du lac par un gracieux pavillon, joyau de l'architecture thaïe, avec ses toits étagés et sa flèche élancée."³² Dans ce cas, l'image est un outil de la description qui nous aide à mieux comprendre tout l'art de l'architecture du pavillon "Aisawan Tippaya Art" considérée comme la représentation réelle de l'objet perçu. Dans cette optique, la photo touristique sert à "renforcer l'authenticité du

³¹ Christine Cadet, René Charles et Jean-Luc Galus, *La communication par l'image* (Paris: Nathan, 1990), p. 91.

³² Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), p. 106.

message.”³³ Elle se présente comme une preuve d’existence des lieux touristiques.

4.2.3.2 Fonction informative

Pour mieux communiquer, l’utilisation de l’image est indispensable pour le lecteur en tant que futur visiteur étranger qui ne connaît pas encore les lieux touristiques. L’image peut dire dans le cas où le texte ne peut pas dire. Cette fonction est dominante dans l’image touristique en tant qu’outil de connaissance. C’est parce qu’elle donne bien sûr des informations sur les objets, les lieux ou les personnes, sous des formes visuelles qui donne une impression de ressemblance avec la réalité. Dans ce cas, l’image sert à faire produire du sens afin d’orienter la lecture. La photo du guide *Michelin*, à la page 177, est un exemple d’information. Lorsqu’on décrit le *chédi* du Wat Phra That Phanom, “sa reconstruction depuis 1979 a donné naissance à un fin *chédi* blanc haut de 53, 40 m dans une cour entourée d’un cloître, avec des motifs dorés, une base à étages en lotus et une spire dorée.” Le lecteur ne sait pas clairement comment le style du *chédi* du Nord-Est de la Thaïlande est. La photo peut informer en représentant la forme et le style du *chédi*. Elle aide le lecteur à mieux comprendre ce que le texte ne peut pas exprimer.

4.2.3.3 Fonction nostalgique

Cette fonction se distingue par l’usage de deux photos comparatives, l’un est une ancienne photo et l’autre est une nouvelle photo. L’ancienne photo représente le mode de vie ou le site d’autrefois

³³ Gabriel Bauret, *Approches de la photographie* (Paris: Nathan, 2002), p. 68.

et elle est en couleur noire-blanche. La nouvelle photo représente le mode de vie ou le site actuel et elle est en couleur vivante. Ces deux photos sont aux différentes époques mais elles représentent la même chose. Nous parlons de l'exemple de deux photos dans le guide *Gallimard*. L'une est le fleuve Chao Phraya du passé avec des bateaux de colporteur juste à côté des maisons flottantes et l'autre est le même Chao Phraya mais le fleuve d'aujourd'hui accompagné des bateaux à moteur du *Chao Phraya Express*. Ces deux images témoignent de la vie fluviale des Thaïs d'autrefois et d'aujourd'hui. Comme le dit le guide de voyage, "les doubles, voire triples rangées de maisons flottantes qui bordaient ses rives ont aujourd'hui disparu et les sept ponts qui relient l'agglomération moderne à Thonburi ont entraîné le déclin progressif de la navigation fluviale. Sur les deux rives, de hautes constructions modernes dominent les témoins nostalgiques du passé."³⁴ Sur ce point, nous voyons qu'une ancienne photo et une nouvelle photo marquent deux oppositions identiques de la vie fluviale aux bords du fleuve Chao Phraya en rapport avec le transport navigable et l'hébergement antérieur et postérieur.

4.2.3.4 Fonction persuasive

La photo représente non seulement la réalité d'un objet perçu mais aussi sa qualité esthétique. Afin d'attirer l'attention du lecteur du guide de voyage, la mise en page des images est importante pour montrer la beauté et la prospérité d'un lieu touristique. C'est une des stratégies affectives visant à influencer le lecteur. Cette stratégie est directement attachée à la couleur et aux caractéristiques des curiosités touristiques qui déterminent la perception visuelle du lecteur. Grâce à sa ressemblance

³⁴ Ibid., p.p. 168-169.

perceptive globale avec l'objet représenté, l'image photographique permet d'évoquer une impression sensorielle de la beauté naturelle des attraits telle que l'image d'une plage blanche, de la mer turquoise, par exemple, dans le guide *Gallimard*, dix-sept photos proposées représentent les plages de Phuket où le rédacteur-auteur écrit, "la Perle de l'Océan indien" offre à présent aux visiteurs toutes sortes de distractions sophistiquées. Sur les plages les plus chics, les sportifs peuvent faire du parachute ascensionnel, du ski nautique, de la planche à voile, ou de la plongée en eau profonde."³⁵ Dans ce cas, la photo touristique permet de relever la qualité esthétique liée à l'intention du rédacteur-auteur qui vise à montrer un pays sous l'angle de sensations spécifiques. C'est-à-dire que l'utilisation de ces images vise à influencer le lecteur au moyen de stratégies affectives qui s'attachent à la visualisation de l'image. Il s'agit d'inciter au voyage.

Nous voyons enfin que ces fonctions d'images touristiques sont centrées sur l'argumentation. La persuasion vise à représenter l'esthétique des sites touristiques d'une part et la culture du pays d'autre part. L'esthétique repose sur la beauté des sites naturels, l'ancienneté des temples et des palais et des monuments archéologiques. Quant à la culture, il s'agit de la culture spécifique du pays qui est une des motivations touristiques, par exemple, la fondation nationale, l'histoire de chaque région, le mode de vie de différents tribus (les costumes, les cérémonies, les fêtes). Tout ce que nous avons dit concerne l'introduction des images culturelles, écologiques et ethnologiques qui expriment les apparences positives des curiosités touristiques. Il s'agit

³⁵ Collectif, *Thaïlande*, guides Gallimard (Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993), p. 217.

principalement de l'utilisation des images séduisantes chargées de symboliser le pays à visiter.

4.3 Plans et cartes touristiques

Il nous semble que le plan et la carte sont des outils importants pour indiquer la localisation du pays ou des lieux visités, par exemple, la carte de la Thaïlande, le plan de la ville et des hôtels. Les deux outils sont considérés comme l'icône dont "le signifiant a une relation analogique avec ce qu'il représente."³⁶ Dans cette optique, le plan et la carte touristique sont destinés à représenter la localisation d'un pays et la direction d'un lieu visé dans le domaine touristique. Avant de faire connaître ou d'introduire les lieux touristiques, la représentation du pays par une carte est indispensable pour le lecteur qui ne connaît pas la Thaïlande. Alors, il nous faut repérer le rôle des cartes et des plans touristiques qui fonctionnent alors comme le signe iconique.

4.3.1 Cartes touristiques

Dans le domaine géographique, la définition de "carte" est "représentation à échelle réduite de la surface totale ou partielle du globe terrestre."³⁷ Dans cette optique, la carte touristique est un véritable outil de la réflexion géographique pour donner une représentation mentale du pays ou d'un lieu touristique que nous diviserons en trois catégories.

³⁶ Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image* (Paris: Nathan, 2001), p. 28.

³⁷ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaire le Robert, 2001), p. 351.

4.3.1.1 Carte générale d'un pays

Le titre des guides de voyage est “Thaïlande” en tant que destination touristique du Sud-Est asiatique, donc, il est utile de présenter la carte globale du pays afin de donner la physionomie du pays et de faire connaître la Thaïlande. Dans ce cas, nous trouvons que tous les guides de voyage représentent la carte de la Thaïlande. Il s’agit de la représentation de localisation du pays bordée des pays voisins: la Birmanie à l’ouest, le Laos et le Cambodge à l’Est, la Malaisie au Sud. Nous observons que la carte de situation de la Thaïlande de tous les guides de voyage est indiquée dans l’introduction du pays qui est la partie d’ouverture d’un ouvrage en tant que guide de voyage, par exemple chez le guide *M.A.*, dans les pages 10-11, la carte représente la situation de la Thaïlande, et ses pays voisins. De plus, deux pages sont au moins consacrées pour la carte du pays. Cela indique qu’il est nécessaire pour montrer la localisation du pays au futur voyageur, sinon, il ne sait pas où se trouve le pays destinataire. Comme en témoigne le guide *Bleus Évasions*, on emploie “une carte que voir en Thaïlande accompagnée d’un commentaire sur les plus beaux sites à visiter, des idées pour découvrir la Thaïlande autrement, des suggestions d’itinéraires.”³⁸ Dans cette optique, la carte générale d’un pays sert à représenter la localisation du pays de destination touristique et à y suggérer des itinéraires touristiques.

4.3.1.2 Carte locale

Contrairement à la carte générale, la carte locale sert à représenter la surface partielle d’une ville ou d’une curiosité. Dans le guide

³⁸ Christine Le Diraison, *Thaïlande*, guides Bleus Évasions (Paris: Hachette, 1997), p. 7.

Michelin, par exemple, treize cartes locales sont sélectionnées. Elles correspondent aux centres touristiques d'intérêt important comme Chiangmaï (p. 123), Chiangraï (p. 129), Kamphang Phet (p. 142), Kanchanaburi (p. 147), Nakhon Ratchasima (p. 179), Nakhon Si Thammarat (p. 184), Parc national de Khao Yai (p. 151), Parc national de Phu Kradung (p. 226), Pattaya (p. 196-197), Phisanulok (p. 217), Phuket (p. 222-223), Ko Samui (p. 239) et Ubon Ratchathani (p. 269).

Considérons l'exemple de la carte locale du guide *Michelin*, dans la page 123, elle représente la ville de Chiangmaï qui se situe au Nord de la Thaïlande. Entourés de ce centre touristique, il y a d'autres sites touristiques accompagnés, par exemple, Wat Phra That Doi Suthep, Doi Pui, Doi Suthep. Dans ce cas, il est évident que la carte locale est utile à une excursion, permettant d'indiquer le centre touristique du Nord de la Thaïlande. Le visiteur peut connaître la localisation du centre touristique comme Chiangmaï et ses entourés, par exemple, Lampang, Lamphun.

4.3.1.3 Carte d'itinéraire de visite

Il s'agit d'une carte qui représente les principaux points d'intérêt du parcours recommandé liés parfois à la durée d'une visite, parfois au logement et au moyen de transport. Quatre des cinq guides de voyage utilisent la carte d'itinéraire, ce sont le guide *Gallimard*, le guide *Bleus Évasion*, le guide *Routard* et le guide *Michelin*. Prenons quelques exemples, dans le guide *Michelin*, aux pages 6-9: la carte d'itinéraire représente les principales curiosités en indiquant l'hébergement, le moyen de transports par rapport à la durée d'une visite. Si l'on veut visiter Pattaya, sept jours sont préférables pour cet intérêt. Également au guide *Gallimard*, à la page 218, la carte représente un grand intérêt donnant la

durée d'une visite, par exemple, si l'on veut visiter la Baie de Phang Nga, la durée est d'une journée. Signalons que la durée d'une visite de chaque lieu touristique n'est pas la même d'un guide à l'autre, c'est seulement une suggestion de chaque guide de voyage. Nous voyons que la carte d'itinéraire exprime le parcours pour aller à un lieu déterminé par rapport au temps de transport (les aéroports, les gares) et à la durée du séjour. Dans ce cas, la carte d'itinéraire est employée pour orienter le futur voyageur à réviser ou organiser le circuit. À cause de la destination des sites inconnus et des temps perdus, le futur visiteur peut consulter la carte des itinéraires qui l'aident à économiser du temps et de l'argent.

4.3.2 Plans touristiques

Quant au plan, c'est une "représentation d'une construction ou d'un ensemble de construction, d'un terrain, d'un jardin, etc.) en projection horizontale."³⁹ Dans ce cas, nous distinguons deux catégories de plan touristique.

4.3.2.1 Plan de la ville

Le plan de la ville se caractérise par la représentation des curiosités touristiques d'une ville, par exemple, dans le guide *Bleus Évasions*, de la page 104 à la page 105, le plan de la ville représente le centre d'intérêt de Bangkok où se trouvent des temples, des monuments, des palais, des hôtels. D'ailleurs, le plan indique "le réseau de circulation, c'est-à-dire de la voirie (l'ensemble des voies), la hiérarchie des axes et des nœuds et exprime l'organisation des communications entre les différentes parties

³⁹ *Le Petit Robert* (Paris: Dictionnaire le Robert, 2001), p. 1897.

de la ville.”⁴⁰ Dans ce cas, nous trouvons que le plan touristique est destiné à renseigner sur la localisation d’une ville ainsi que celle des entourages, liés aux voies de communication et à l’agglomération.

4.3.2.2 Plan d’une construction d’un site touristique

Nous trouvons que le plan d’un site se caractérise par la représentation de l’ensemble de constructions d’un site important. Dans le guide *Michelin*, par exemple, dans la page 83, le plan d’une construction du temple Wat Pho à Bangkok (le temple du Bouddha couché) représente la localisation des bâtiments, des monuments situés sur le même site, tels le Wihan du Bouhhda couché, le *chédi* des quatre rois, le pavillon européen et le pavillon de la Médecine traditionnelle.

Remarquons que le plan de la ville s’oppose à celui des constructions d’un site touristique. Le plan de la ville représente la localisation d’une ville en indiquant la localisation de ses curiosités qui se trouvent dans cette ville, tels que le plan de la ville principale “Ayutthaya”, il représente des temples, le Wat Chai Watthanaram, le Wat Phanan Choeng, le Wat Yai Chai Mongkhon, etc. Quant au plan des constructions d’un site, il représente la localisation des composants architecturaux d’un seul site. C’est-à-dire qu’il y a plusieurs bâtiments qui se trouvent dans le même domaine.

De toute façon, il est clair que le plan et la carte touristique servent à représenter les lieux touristiques afin de répartir les principaux points d’intérêt du parcours, destinés à trouver facilement le lieu visité. De plus,

⁴⁰ Pascal Baud, Serge Bourgeat et Catherine Bras, *Dictionnaire de géographie* (Paris: Hatier, 1997), p. 427.

le visiteur ne risque de perdre ni temps, ni argent s'il consulte la carte et le plan touristique. De fait, tous les guides de voyage mettent l'accent sur l'utilisation des cartes et des plans touristiques représentant de grandes villes ou du centre touristique tel que Bangkok, Pattaya, Ayuthaya, Sukhothai, Chiangmai et Phuket.

Il est évident que le plan et la carte touristique sont utiles pour préciser la localisation de la Thaïlande et des sites principaux ainsi que la construction architecturaux d'un site. Ils aident le visiteur à trouver facilement la position d'un lieu visité, destinée à atteindre son but.

4.4 Symboles

Il s'agit des signes qui entretiennent avec leur référent une relation de convention. C'est un accord entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage afin d'utiliser efficacement le guide de voyage.

Il y a plusieurs types de symboles utilisés dans le guide de voyage. Nous distinguons les symboles suivants:

4.4.1 Symboles à l'intérieur du texte

Il s'agit des signes qui aident à découvrir les intérêts des sites touristiques. C'est un accord entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage qui interprète le sens de chaque signe.

4.4.1.1 Symboles liés aux attraits

Il s'agit des symboles utilisés dans la description des principales curiosités. De plus, ils servent à indiquer la qualité des hôtels et des restaurants.

Prenons l'exemple suivant:

Il y a quatre catégories de symboles utilisés dans le guide *Bleus Évasion*: l'étoile, le triangle, le losange et le coeur.

-L'étoile s'applique dans la description des sites, des monuments, des musées et des œuvres.

- ★ ★ ★ signifient "exceptionnel",
- ★ ★ "très intéressant" et
- ★ "intéressant".

-Le triangle sert à indiquer la qualité des hôtels.

- ▲ ▲ ▲ ▲ signifient "hôtel de très grand luxe",
- ▲ ▲ ▲ "hôtel de classe offrant un confort maximum",
- ▲ ▲ "hôtels de bon confort" et
- ▲ "hôtel simple, mais confortable".

-Le losange exprime la qualité des restaurants.

- ◆ ◆ ◆ ◆ marquent "cadre luxueux, très bonne table, prix élevés",
- ◆ ◆ ◆ "bonne table, service agréable, prix moyens",
- ◆ ◆ "table simple, prix modérés" et
- ◆ "cuisine populaire, bon marché".

-Le cœur ♥ sert à indiquer la beauté d'un site, l'atmosphère ou l'intérêt culturel séduisant particulièrement le visiteur.

Reprenons un autre exemple dans le guide *Michelin*:

À l'aide des étoiles attribuées aux principales curiosités, le voyageur peut préparer son voyage correspondant au lieu proposé.

-les étoiles sont attribuées aux principales curiosités :

★ ★ ★ signifient "vaut le voyage",

★ ★ "mérite un détour" et ★ "intéressant".

Signalons que le guide *Michelin* met l'accent sur les lieux touristiques. Mais le guide *Bleus Évasion* utilise les signes pour la description des sites touristiques et pour la qualité des hôtels et des restaurants.

Enfin, il est clair que l'utilisation des signes est indispensable pour le lecteur. Ces symboles aident le visiteur à savoir la qualité d'hébergement et de restaurant. De plus, ils servent aussi de donner la description des principales curiosités touristiques où le visiteur peut choisir selon qu'il veut visiter. Normalement, il n'est pas possible de faire un voyage à tous les sites touristiques en Thaïlande à cause du temps limité. Donc, l'utilisation des symboles lui suggère quel endroit visiter dans un premier temps.

4.4.1.2 Symboles renvoyés au titre

Des symboles sont utilisés dans les différentes parties du guide, afin de faciliter la lecture. Le lecteur peut chercher facilement chaque partie divisée. Dans ce cas, nous relevons certains exemples comme les suivants:

Dans le guide *Gallimard*, il y a cinq catégories de symboles utilisés: le cycle, le triangle, le carré, le losange et le coeur.

-Quatre symboles comme ■ (le carré), ● (le cycle), ▲ (le triangle) et ◆ (le losange) à l'intérieur du texte renvoient à un lieu, thème traité ailleurs dans le guide et ♥ (le cœur) pour un lieu estimé par le rédacteur-auteur.

- se sert à annoncer la nature,
- renvoie à des clefs pour comprendre,
- ▲ est utilisé pour les itinéraires et
- ◆ s'emploie pour les informations pratiques.

Remarquons que seul le cœur ♥ est utilisé dans le guide *Bleus Évasion* signifiant un lieu adorable du rédacteur-auteur.

Dans le guide *Routard*, les symboles à l'intérieur du texte correspondent à des titres comme le guide *Gallimard*.

Le symbole ☆ renvoie au titre “à voir”, “à faire”,

Le symbole ■ au titre “adresse utile”,

▲ au titre “agence de voyage”,

★ au titre à voir, ☼ au titre “où sortir” ou “boire un verre.

- au titre “où dormir” et
- au titre “où manger”.

Il est évident qu’il y a deux façons d’usage des symboles dans les guides de voyage. Ce sont les symboles représentant les attraits, le logement, la restauration et les symboles renvoyant au titre du texte. Ces symboles sont comme des signes conventionnels entre le rédacteur-auteur et le lecteur du guide de voyage.

Au terme de ce chapitre, nous pouvons affirmer que les signes iconiques et les symboles sont utiles pour la construction d’un guide de voyage. Les signes iconiques attirent l’attention du lecteur du guide de voyage parce qu’ils indiquent un rapport de ressemblance avec la réalité des sites touristiques et des objets perçus. De plus, nous trouvons que la plupart des images proposées visent à représenter les images valorisantes de la Thaïlande. La représentation des images repose en effet sur l’argumentation orientant le désir de faire une visite. Quant aux symboles, ils sont comme les codes spécifiques, adaptés aux besoins du rédacteur-auteur du guide de voyage. Les symboles indiquent la qualité de chaque lieu visité d’une part. D’autre part, les symboles permettent au lecteur de chercher facilement des informations qui concernent le thème traité ailleurs, le lecteur peut aussi remarquer facilement les différentes parties du guide de voyage. C’est-à-dire que les symboles facilitant la lecture.

Conclusion

Au terme de notre travail, nous sommes amenée à constater les traits caractéristiques des guides de voyage sur la “Thaïlande” comme les suivants:

1. Hétérogénéité de types de texte

Le guide de voyage utilise différents types de texte: informatif, descriptif, narratif, injonctif et argumentatif. Ces types de textes reconstruisent au plan global la macrostructure du guide de voyage.

Nous voyons que le discours des guides de voyage est combiné de plusieurs types de texte. En premier temps, le rédacteur-auteur donne beaucoup d'informations sur les connaissances socio-culturelles qui sont des informations générales du pays. Puis il fournit des connaissances géo-touristiques par rapport aux sites touristiques qui sont le noyau d'une œuvre touristique. Enfin, le rédacteur-auteur donne des informations pratiques pour renseigner le futur touriste qui est le lecteur. Dans ce cas, le type informatif est comme le type de texte de base par rapport à d'autres types de texte. Avant de décrire la beauté d'un site ou inciter au voyage, il est indispensable de donner des informations historiques de chaque site afin que le lecteur qui ne connaît pas le lieu touristique puisse savoir certaines informations historiques telles que les événements historiques, le fondateur, la date de construction pour établir une connaissance générale d'un site. Après les données informatives, le rédacteur-auteur informe le futur visiteur des renseignements pratiques. Sur ce point, nous affirmons que le rédacteur-auteur emploie une stratégie

subtile pour augmenter la valeur argumentative qui est un des traits particuliers du discours des guides de voyage.

Nous voyons que l'organisation des types de texte dépend de l'intention de communication du rédacteur-auteur. Le type dominant du discours des guides de voyage est le type informatif et argumentatif. Lorsque le rédacteur-auteur nous informe des données touristiques, il nous donne des arguments à travers la description, la narration et la suggestion. Ces deux types dominants permettent d'établir l'organisation énonciative qui constitue l'ensemble de tout texte du discours des guides de voyage.

2. Hétérogénéité énonciative

Le discours des guides de voyage se construit par la présence de discours de l'autre, sous la forme du discours rapporté dont la plupart des locuteurs sont ceux qui ont fait le voyage en Thaïlande, considérés comme les voyageurs chevronnés qui ont tout noté ou tout écrit tous leurs expériences, leurs souvenirs et leurs passions de la Thaïlande. Ces discours soutiennent le discours du rédacteur-auteur. C'est-à-dire que le discours "de l'autre" a les relations référentielles par rapport à l'univers de discours du rédacteur-auteur. Le discours de l'autre témoigne d'une part la façon de dire du locuteur actuel qui a le même but de faire le voyage en Thaïlande, par exemple, la citation des voyageurs du passé. Ceux-ci sont évidemment considérés comme les expérimentés qui vivaient longtemps en Thaïlande.

De plus, nous voyons aussi l'existence d'autres discours dans le domaine socio-culturel d'une part, tels que le discours historique,

géographique. Nous constatons d'autre part la présence de la mise en texte de la recette de cuisine et du carnet d'adresses. Il est clair que le discours des guides de voyage n'est pas homogène. C'est la coexistence de plusieurs discours différents hors du domaine de tourisme mais ces discours se combinent en discours de guide de voyage qui est le discours majeur.

3. Prise en compte de l'interlocuteur (le lecteur)

Bien que nous travaillions sur les textes écrits comme les guides de voyage, le phénomène dialogique y apparaît. C'est ce que Jean Michel Adam l'appelle le "dialogisme feint"¹ destiné à établir un contact avec le lecteur de guide de voyage. Il s'agit des stratégies qui relèvent explicitement ou implicitement de la présence des co-énonciateurs.

Normalement, nous savons bien que par la nature monologique du discours des guides de voyage, ce type de discours est canalisé par le rédacteur-auteur qui ne permet aucune réponse véritable, et les places du locuteur (rédacteur-auteur) et de son interlocuteur (lecteur) restent interchangeables. C'est le rédacteur-auteur seul qui prévoit la présence de l'autre. Ainsi, pour créer l'effet de réaction chez le lecteur, le rédacteur-auteur donne l'illusion d'une interaction personnalisée, adressée à son lecteur dans la lecture, malgré l'absence d'un véritable interlocuteur de face à face.

En fait, le rédacteur-auteur écrit le guide de voyage en anticipant la réaction et les interprétations du lecteur. Il cherche à établir une

¹ C'est un échange illusoire, adressé par le seul locuteur sans l'interlocuteur. Mais, il s'exprime comme une apparence dialogique.

interaction en utilisant les pronoms personnels “vous” “nous” et à l’aide des actes langagiers: les actes salutatifs, les actes interrogatifs, les actes exclamatifs et les actes directifs à travers des paroles explicites des co-énonciateurs, ainsi que les paroles implicites à travers l’usage des expressions impersonnelles d’un conseil à une nécessité. Bien que ces expressions soient sans sujets déictiques, elles peuvent évoquer la présence implicite de l’interlocuteur. C’est puisqu’elles laissent les traces de la modalité du locuteur représentant les actes directs pour conseiller ce qu’il faut faire et ce qu’il ne faut pas faire.

Nous constatons que ces stratégies langagières relèvent les traces explicites ou implicites des co-énonciateurs permettant d’évoquer un échange direct. Par les pratiques de l’interaction, l’écriture des guides de voyage apparaît bien comme un échange qui prend en considération du lecteur de guide de voyage à travers sa conception pendant la lecture. Comme en témoigne Robert Vion, “le locuteur s’adresse toujours à un destinataire auquel il s’adapte et dont il anticipe les réactions.”²

4. Supplémentarité de représentation des icônes

Il est évident que l’organisation hétérogène du corpus se caractérise par les composants énonciatifs ainsi que la supplémentarité des composants iconiques qui structurent le discours des guides de voyage. La technique de mise en page des images est une des stratégies communicatives par rapport aux textes écrits indiquant la persuasion. Cette technique par les images est une technique argumentative comme celle du texte publicitaire qui a recours aux images axées sur la

² Robert Vion, *La communication verbale, analyse des interactions* (Paris: Hachette, 1992), p. 33.

représentation des produits proposés. Ici, les guides de voyage emploient des photos pour représenter les lieux touristiques afin d'attirer l'attention du lecteur. Les photos possèdent un grand pouvoir de séduction et de mémorisation. D'ailleurs, elles aident le lecteur à mieux comprendre le texte au cas où le texte ne peut pas dire. La représentation des attraits par l'usage des photos annonce la réalité d'un objet photographié, "vue comme un analogon et un miroir de son référent."³ Ce procédé valorise le texte du guide de voyage à partir des connaissances esthétiques des attraits en établissant une ressemblance avec son objet perçu.

L'étude des photos nous montre que l'image photographique exprime la représentation du monde réel, non fictif. L'usage des photos des guides de voyage concerne le domaine touristique orienté vers la beauté des sites touristiques de la Thaïlande. Elle attire l'attention du lecteur par la réception visuelle attachée au texte touristique, qui est collé sur la réalité. Ainsi, les images se fonctionnent comme l'aide supplémentaire de la lecture dirigée qui valorise le texte des guides de voyage.

Selon les traits ci-dessus, cette étude nous permet de récapituler les dominantes d'une oeuvre touristique. Ce sont les traits caractéristiques qui identifient les propriétés des guides de voyage dont le discours est tourné vers l'action prévue, c'est d'informer pour inciter au voyage.

D'ailleurs, ces traits caractéristiques dominants des guides de voyage nous permettent de déterminer le genre du discours des guides de voyage. C'est parce que l'analyse du discours est une étude des énoncés

³ Jean-Michel Adam, *L'argumentation publicitaire* (Paris: Nathan, 1997), p. 178.

qui reflètent la condition de production du discours, et qui permettent de repérer des caractéristiques stables dans la production des guides de voyage.

Nous proposons trois remarques qui permettent de distinguer le genre du discours des guides de voyage.

-Contenu thématique

Il y a trois parties principales qui donnent la permanence des informations données. Il s'agit du contenu thématique qui établit les trois catégories des informations immuables des guides de voyage: les connaissances géo-touristiques, les connaissances socio-culturelles et les renseignements pratiques. Ceux-ci se caractérisent par le lien sémantique qui fait la progression thématique de l'ensemble d'un texte majeur. Ces connaissances peuvent délimiter des informations fournies par le guide de voyage. Comme en atteste Jean-Paul Bronckart, "le contenu thématique ou référent d'un texte peut être défini comme l'ensemble des informations qui y sont explicitement présentées."⁴

Donc, nous affirmons que cette classification nous permet de définir des données communes dans la condition de production de tous les guides de voyage et elle nous exprime la spécificité du contenu des guides de voyage.

⁴ Jean-Paul Bronckart, *Activité langagière, textes et discours* (Paris: Delachaux et Niestlé, 1996), p. 100.

-Aspect intertextuel

Nous trouvons que le discours de l'autre précise essentiellement la personne expérimentée dans le domaine touristique. Tous les locuteurs dans le discours cité ont visité la Thaïlande. Cela indique que le discours des guides de voyage prend l'appui sur le discours de l'autre porté sur la visite de la Thaïlande. Il s'agit du récit de voyage qui est "le discours antérieur ou d'origine de celui du guide de voyage"⁵.

-Aspect interactif

Les sujets de communication se distinguent par des énoncés échangés, produits dans une situation de communication donnée. Le locuteur et son image, ainsi que l'énonciateur convoquent successivement l'interlocuteur et le destinataire. Ces sujets élaborent des relations stables des énoncés. C'est-à-dire qu'ils déterminent le rôle de celui qui parle. C'est la personne chevronnée qui écrit le guide de voyage. En ce qui concerne l'interlocuteur ou le destinataire, le rôle de ces sujets nous permet de distinguer celui qui lit ou qui écoute. Il s'agit des "voyageurs"⁶ considérés comme le public visé qui veut faire un voyage en Thaïlande. Donc, les informations pratiques sont utiles au futur voyageur en tant qu'interlocuteur à qui le locuteur s'adresse. Comme en atteste le guide *Michelin*, "Les informations pratiques donnent tous les

⁵ Pierre Lambion, *Récit de voyage, relation, reportage* (En ligne).2002. Disponible dans: <http://www.cafe.umontreal.ca>(2002, Octobre, 6)

⁶ Le destinataire ou le public visé des guides de voyage sont les "voyageurs". Ce terme est précisé dans tous les guides de voyage. (le guide *M.A.*, p. 107, le guide *Gallimard*, p. 211, le guide *Bleus Évasion*, p. 113, p., le guide *Michelin*, p. 280 et le guide *Routard*, p. 11)

renseignements nécessaires pour faire de votre voyage un souvenir inoubliable.”⁷

Dans cette optique, le discours de la personne chevronnée représente la citation d'autorité et dans une interaction verbale. Cela veut dire que tous les deux s'appuient l'un et l'autre pour la permanence des énoncés des guides de voyage.

Ces traits caractéristiques sont les points communs de l'écriture des guides de voyage. Ces traits s'effectuent sous forme d'énoncés qui constituent la singularité de l'écriture des guides de voyage.

Nous espérons que cette recherche peut servir à l'analyse du discours touristique dans d'autres genres des écrits touristiques, par exemple, le récit de voyage, le reportage touristique écrit et le site Web touristique sur le réseau Internet. Ce dernier est populaire et pratique dans le monde de communication actuelle où tous les futurs visiteurs peuvent chercher ou lire des informations touristiques données comme celles des guides de voyage.

Notre objectif primaire de l'analyse du discours des guides de voyage en français sur la Thaïlande étant d'identifier les traits distinctifs du discours touristique, nous trouvons que son dépouillement nous aide à caractériser aussi les aspects linguistiques des guides de voyage, par exemple, les formes diverses de l'expression, notamment les expressions impersonnelles de modalité, les formes assertives à la deuxième personne “vous” avec les verbes auxiliaires modaux, l'utilisation des qualificatifs élogieux, etc. Ces traits nous permettent d'élaborer, pour l'enseignement

⁷ Collectif, *Thaïlande*, guide du tourisme (Paris: Michelin, 1999), la page de couverture.

de français du tourisme et pour la formation des futurs guides touristiques sur la Thaïlande, les documents pédagogiques complémentaires de notre enseignement.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

RÉFÉRENCES

Adam, J.-M. *Élément de linguistique textuelle*. Liège: Mardaga, 1990.

Adam, J.-M. *Langue et littérature, analyses pragmatiques et textuelles*. Paris: Hachette, 1991.

Adam, J.-M. *Les textes: types et prototypes*. Paris: Nathan, 1992.

Adam, J.-M., et Bonhomme, M. *L'argumentation publicitaire*. Paris: Nathan, 1997.

Adam, J.-M., et Petitjean, A. *Le texte descriptif*. Paris: Nathan, 1989.

Authier-Revuz, J. *Ces mots qui ne vont pas de soi: boucles réflexives et non-coïncidence du dire*. Paris: Larousse, 1994.

Authier-Revuz, J. "Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive, éléments pour une approche de l'autre dans le discours", *DRLAV* 26 (1982): 91-151.

Authier-Revuz, J. "Questions de discours rapporté, documentaires supplémentaires", *Séminaire d'énonciation et de représentation du langage*, Paris III, Sorbonne Nouvelle, Paris, 14 mars 2002.

Baffie, J. "Voyage à travers les guides de voyages de langue française sur la Thaïlande", *Inter-Monde* 1 (décembre 1988): 103-164.

- Bakhtine, M. *Esthétique de la création verbale*. Paris: Gallimard, 1984.
- Barthes, R. “Rhétorique de l’image”, *Communication* 4 (1964): 40-51.
- Baud, P., Bourgeat, S. et Bras, C. *Dictionnaire de géographie*. Paris: Hatier, 1997.
- Bauret, Gabriel. *Approches de la photographie*. Paris: Nathan, 2002.
- Béchade, H.-D. *Syntaxe du français moderne et contemporain*. Paris: Presses Universitaires de France, 1986.
- Benveniste, É. *Problèmes de linguistique générale, 2*. Paris: Gallimard, 1974.
- Brechemier, V. *Analyse du discours de la presse d’entreprise, un Exemple: Avec journal de communication interne de l’entreprise Renault*. Mémoire de D.E.A., Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris III, 1991.
- Bronckart, J.-P. *Activité langagière, textes et discours, pour un interactionnisme socio-discursif*. *Communication* 4 (1964): Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1996.
- Cadet, C, Charles, R. et Galus, J.-L. *La communication par l’image*. Paris: Nathan, 1990.

Charaudeau, P. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.

Charaudeau, P. et Maingueneau, D. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil, 2002.

Combettes, B. et Tomassone, R. *Le texte informatif, aspects linguistiques*. Bruxelles: De Boeck-Wesmael, 1988.

Compagnon, A. *La seconde main ou le travail de la citation*. Paris: Seuil, 1979.

Cressot, M. *Le style et ses techniques*. Paris: Presses Universitaires de France, 1947.

Delatour, Y., Jennepin, D. et Léon-Dufour, M. *Grammaire du Français*. Paris: Hachette, 1991.

De Montrond, H. "Cent mille francs pour une couverture", *Communication et langages* 52 (1982): 54-60.

De Salins, G. *Grammaire pour l'enseignement / apprentissage du FLE*. Paris: Didier, 1996.

Dubois, J., Giacomo, M. et al. *Dictionnaire de linguistique*. Paris: Larousse, 1973.

Garcia-Debanc, C. et al. "Les discours procéduraux", *Langages* 141 (mars 2001): 3-27.

Gonifei, D. et De Marez, C. *L'essentiel en BEP, Français*.

Paris: Nathan, 1989.

Grévisse, M. *Le bon usage, grammaire française*. Gembloux:

Duculot, 1964.

Herschberg Pierrot, A. *Stylistique de la prose*. Paris: Belin, 1993.

Joly, M. *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris: Nathan/VUEF,

2001.

Joly, M. *L'image et son interprétation*. Paris: Nathan, 2002.

Kerbrat-Orecchioni, C. *L'énonciation*. Paris: Armand Colin, 1997.

Kerbrat-Orecchioni, C. *Les actes de langage dans le discours, théorie et fonctionnement*. Paris: Nathan, 2001.

Kerbrat-Orecchioni, C. *Les interactions verbales 1, approche interactionnelle et structure des conversations, tome 1*. Paris: Armand Colin, 1998.

Kerbrat-Orecchioni, C. *L'implicite*. Paris: Armand Colin, 1986.

Lambion, P. *La notion d'intertextualité*. (en ligne). 2001.

Disponible de: <http://expositions.bnf.fr/contes/pedago/chaperon/intertexte.htm> (2002, octobre, 7)

Le Goffic, P. *Grammaire de la phrase française*. Paris: Hachette, 1993.

Le Petit Robert, dictionnaire de la langue française. Dictionnaires:
Le Robert, 2000.

Le Petit Robert, des noms propres. Dictionnaire: Le Robert, 2000.

Maingueneau, D. *Analyser les textes de communication.*
Paris: Nathan, 2000.

Maingueneau, D. *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours,
problèmes et perspectives.* Paris: Hachette, 1976.

Maingueneau, D. *L'énonciation en linguistique française.* Paris:
Hachette, 1996.

Maingueneau, D. "Les analyses du discours en France", **Langages**
117 (1995): 5-11.

Maingueneau, D. *Les termes clés de l'analyse du discours.* Paris:
Seuil, 1996.

Moirand, S. "Problématique énonciative et description du français",
Séminaire de conception du langage, (11 mai 2002),
Université Paris III, Sorbonne Nouvelle.

Moirand, S. *Une grammaire des textes et des dialogues.* Paris:
Hachette, 1990.

Morin, V. "L'analyse des images", *Communication 15* (1970): 111.

Peyroutet, C. *Style et rhétorique*. Paris: Nathan, 1994.

Popin, J. *La ponctuation*. Paris: Nathan, 1998.

Riegel, M., Pellat, J.-C. et Rioul, R. *Grammaire méthodique du français*. Paris: Presses Universitaires de France, 1994.

Rio, M. “Le dit et le vu”, *Communication* 29 (1978): 57-70.

Samoyault, T. *L'intertextualité, mémoire de la littérature*. Paris: Nathan, 2001.

Sarfati, G.-E. *Éléments d'analyse du discours*. Paris: Nathan, 1997.

Schmitt, M.-P. et Viala, A. *Savoir-Lire*. Paris: Didier, 1982.

Vion, R. *La communication verbale, analyse des interactions*. Paris: Hachette, 1992.

Weinrich, H. *Grammaire textuelle du français*, traduction. Paris: Didier/ Hatier, 1989.

Corpus étudiés:

Collectif. *Thaïlande*, guide du routard. Paris: Hachette, 2001.

Collectif. *Thaïlande*, guide du tourisme. Paris: Michelin, 1999.

Collectif. *Thaïlande*, guides Gallimard. Paris: Nouveaux-Loisirs, 1993.

Le Diraison, C. *Thaïlande*, guides Bleus Évasion. Paris: Hachette, 1997.

Villette, M. *Thaïlande*. Paris: M.A., 1987.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BIOGRAPHIE

Kanungrat Chansuriya, licenciée es lettres à l'université de Chiangmaï, est diplômée de maîtrise d'études françaises de l'université de Thammasat avant de poursuivre ses études de doctorat à la section de français de l'université Chulalongkorn. Actuellement, elle est professeur de français du tourisme à l'université Dhurakijbundit, Bangkok.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย