

DU GUIDE TOURISTIQUE À LA CONSTITUTION D'UN CORPUS D'ÉTUDES

Ce deuxième chapitre s'appuie sur le guide touristique, un des écrits touristiques qui est riche en noms de lieux. Il peut être considéré comme un genre textuel mais ce statut ne va pas vraiment de soi. Et pour en faire la preuve, nous allons aborder les caractéristiques du guide touristique. Pourtant avant de les examiner, nous allons d'abord évoquer un panorama sur le tourisme et les écrits touristiques et ensuite le guide touristique dans ses différents aspects. Ce chapitre se termine par le guide touristique en tant que corpus d'études, les critères de sélection et la description de chaque guide choisi seront présentés.

2.1 Le tourisme et les écrits touristiques

De nos jours, le loisir est devenu ce dont tout le monde a besoin, surtout de voyages ou de tourisme. Un salarié souhaiterait avoir des vacances pour prendre du recul sur sa vie professionnelle ou se donner une récompense tandis qu'un étudiant voudrait partir en voyage quelque part après ses études pour faire l'expérience d'un pays inconnu avant de commencer à travailler. Pourtant, la définition du terme *tourisme* peut être variée selon l'individu. Les vacanciers peuvent être un touriste ou un voyageur pour affaires ou pour raisons de santé ou d'études²⁰. Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le tourisme est défini comme :

²⁰ Clade PEYROUTET et Isabelle JUGUET (2015 : 11) ont classé les motifs de la visite d'un touriste en six catégories : (1) loisirs, vacances, détente ; (2) visite à des parents et/ou des amis ; (3) santé (thermalisme, thalassothérapie) ; (4) affaires et motifs professionnels ; (5) missions ou réunions diverses ; et (6) autres (voyages scolaires, manifestations sportives, pèlerinages...).

« un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires » (<http://media.unwto.org>).

Les différents types de tourisme sont alors dégagés par rapport aux différents objectifs des touristes : le tourisme balnéaire et nautique, le tourisme ludique ou récréatif, le tourisme culturel, le tourisme d'aventure, le tourisme de croisière, le tourisme d'événement, le tourisme religieux ou le pèlerinage, le tourisme sportif, le tourisme d'affaires, le tourisme vert, le tourisme médical, etc.

2.1.1 Développement du tourisme et guides touristiques

La Renaissance fut en Europe un grand moment pour les voyageurs individuels avec la recherche de nouvelles dimensions culturelles, de découvertes de l'Ailleurs dans la géographie et son histoire, d'ouverture à l'Autre (Seoane 2013 : 23). Les voyageurs se mettent à réaliser leurs journaux ou leurs récits en racontant leurs déplacements de façon plus ou moins objective. Grâce à ce type d'écrits, certains itinéraires et sites sont devenus plus renommés. Les premiers guides apparaissent à cette époque sans doute inspirés par ces récits de voyages en donnant des conseils aux étrangers sur les itinéraires et les curiosités à admirer.

À partir du XVII^e siècle, le terme *Grand Tour*, qui ressemble au tourisme moderne, a émergé en Europe. Ce terme désigne un long voyage continental effectué par de jeunes hommes nobles européens, en particulier les Britanniques, pour parfaire leur éducation. Ils vont partout en Europe, notamment dans les lieux d'intérêt culturel et artistique en quête d'antiquités romaines (Boyer 1996 : 28-31) comme en Italie, en France, en Allemagne, etc. À cause du voyage éducatif des aristocrates, le terme *tourisme* apparaît en Angleterre à la fin de XVIII^e siècle et son usage s'étend vite parmi les classes aisées (Mesplier et Bloc-Duraffour 2014 : 18). Les écrivains et les artistes font également le Grand Tour comme Goethe, Alexandre Dumas, Rousseau ou Lamartine. Ensuite, le terme *touriste* dérivé du mot anglais apparaît en français au XIX^e siècle pour désigner « des voyageurs qui ne parcourent des pays étrangers que par curiosité et désœuvrement, qui font une espèce de tournée dans des pays habituellement visités par leurs compatriotes » et « se dit surtout des voyageurs anglais en France, en Suisse et en Italie » (Littré 1874 : 2275). En particulier, ce

terme est devenu plus connu à cause de la publication des *Mémoire d'un touriste* de Stendhal en 1838 (<http://gallica.bnf.fr>).

Au sens moderne, le tourisme s'est industrialisé depuis le XIX^e siècle. Il ne s'agit pas seulement du fait de voyager mais aussi d'un secteur économique comprenant l'ensemble des activités concernant la satisfaction et les déplacements des touristes. Les publications touristiques, surtout les grandes collections des guides touristiques, se sont développées à cette époque en Angleterre (*Guides Murray* en 1836), en France (*Guides Joanne* en 1841 qui est devenu *Guide bleu* en 1914) et en Allemagne (*Guide Baedeker* en 1843). D'ailleurs, la première agence de voyages James Cook a aussi été créée parallèlement en 1841 afin de regrouper les voyageurs pour obtenir des réductions sur le transport ferroviaire et proposer certains services, restaurations et divertissements (Mesplier et Bloc-Duraffour 2014 : 19).

Aujourd'hui le tourisme n'est plus dédié au voyage éducatif de l'aristocratie, il s'est largement démocratisé et surtout est devenu un enjeu économique majeur (Seoane 2013 : 24). L'importance prise progressivement par des guides touristiques est un des effets de ce développement.

2.1.2 Les écrits touristiques

Grâce au tourisme, diverses activités économiques se sont créées et développées dans les lieux visités et au-delà, afin de fournir des produits, des biens et des services aux touristes. La publication touristique est un des outils importants de la promotion du tourisme pour que les interlocuteurs fassent un voyage de plaisance dans une destination visée. L'écrit touristique est défini selon Florence MOURLHON-DALLIES comme « tout écrit qui participe de l'activité touristique en contribuant à la prise en charge d'un ou plusieurs touriste(s) » (1995 : 23). Différents écrits touristiques sont produits comme le récit de voyage, l'article dans une revue ou un magazine de voyage, le guide touristique, etc. Chacun répond à un but spécifique et correspond à la relation entre le locuteur et l'interlocuteur. Du point de vue de l'orientation communicationnelle, Caterina VESTITO (2006 : 28-29) a dégagé quatre types d'écrits touristiques :

2.1.2.1 Publicités

La publicité touristique est une forme de communication de masse dont le but est de susciter l'attention des touristes potentiels. Elle repose sur la fonction conative des messages. Ce type d'écrit touristique se caractérise par un langage métaphorique, riche en adjectifs et il emploie généralement des éléments visuels et verbaux afin que le lecteur achète un produit ou un service (Berger 2004 : 71) ou bien un voyage dans un pays cible. Elles peuvent être produites par le secteur privé comme l'agence de voyages, la compagnie aérienne ou l'hôtel ou bien une organisation publique telle que l'office national ou régional du tourisme. Dans ces publicités, il est naturel que des toponymes apparaissent, les images étant souvent associées à des lieux. Il faut que ces toponymes étrangers soient exonymes en français ou romanisés afin que l'interlocuteur puisse lire ou chercher des informations sur ces sites, par exemple *Bangkok* est l'exonyme de l'actuel nom de capitale : *Krung Thep*.

2.1.2.2 Brochures et dépliants

Ces deux écrits touristiques sont différents en terme du nombre de pages mais ils sont présentés en fonction de stratégies publicitaires avec un objectif persuasif. Ils sont l'outil par excellence de l'agence de voyages. Les éléments visuels sont employés pour illustrer des informations sur une destination dans le but d'attirer des clients pour qu'ils y fassent un voyage de plaisance (Beeckman 2014 : 10-11). Pourtant, Caterina VESTITO (2006 : 28) considère que les brochures et les dépliants touristiques sont conçus comme propagandistes et les informations données sont limitées et souvent très stéréotypées. Comparés à leur usage dans la publicité, les toponymes des brochures et des dépliants sont plus variés (informations plus complètes, destinations plus détaillées). On constate qu'ils sont plus adaptés au lectorat grâce à la romanisation, la traduction ou le surnom. Pourtant, les toponymes dans ces types d'écrit restent limités parce que l'auteur ne présente que les sites les plus importants au plan touristique et souvent dans une forme de message récurrente de type « copier – coller » dans le même prospectus.

2.1.2.3 Articles dans des revues spécialisées et des sections touristiques de journaux

Les articles dans la presse spécialisée comprennent généralement la description de l'endroit et des informations pratiques comme les possibilités pour manger ou dormir et les adresses importantes pour les touristes. Ces données sont habituellement collectées dans des rubriques distinctes. Le type textuel semble informatif mais il est à remarquer que la forme est plutôt littéraire (*Cf.* Brossen non daté dans la bibliographie : 9). Toutefois, il n'est pas exhaustif. L'auteur essaie de partager son expérience d'une destination à son lectorat. Le texte est par conséquent très subjectif et n'exclut pas des fins promotionnelles. Les toponymes dans les articles sont plus riches que les écrits précédents par le nombre de lignes et de pages. Pourtant, ils ne sont pas agressivement informatifs, leur but n'étant pas à proprement parler commercial : il vise à faire partager une expérience des lieux. Le toponyme paraît comme une étiquette correspond à un ou des lieux sur les images ou à la topique de l'article. La catégorie de lieux semble donc limitée.

2.1.2.4 Guides touristiques

Parmi les genres textuels touristiques, le guide touristique ou le guide de voyage est considéré comme le plus traditionnel et étroitement lié à la littérature de voyage (Vestito 2006 : 29). Il est généralement publié en collection. De nos jours, les guides sont diversifiés et destinés à différents types de touristes en fonction de la précision de la description, de la présence de matériel iconographique, etc. Toutefois, ils partagent généralement la même division structurale en sections descriptives et informatives, celles qui contiennent la partie de praticité et d'autres conseils utiles. Ils ont pour objectif d'énumérer exhaustivement ce qui « doit être vu » (Boyer et Viallon 1994 : 55).

En prenant le schéma de la communication de Roman JAKOBSON (1963), Florence MOURLHON-DALLIES (1992) propose un autre classement d'écrits touristiques en demandant QUI (émetteur) parle à QUI (récepteur) ? PAR QUEL MOYEN (canal, support du message) ? DANS QUEL BUT ? Voici un tableau récapitulatif facilitant ce genre d'exploration (1992 : 55) :

Qui	À qui	Moyen	But
voyagiste	client éventuel touriste potentiel (entrée dans une agence)	publicité brochure	VENDRE SON PRODUIT FAIRE ALLER (concrétiser un désir latent de voyage)
office du tourisme	voyageur (se procure sur place l'information)	dépliant	FAIRE APPRÉCIER (promotion locale)
maison d'édition	lecteur (touriste réel ou éventuel)	guide de tourisme	FAIRE DÉCOUVRIR (histoire, monuments) FAIRE VOIR (portrait des lieux) FAIRE CONNAÎTRE (histoire, monuments) CONSEILLER (hôtels, trajets)
reporter, groupe de presse	lecteur (tourisme projeté ou rêvé)	reportage dans une revue spécialisée ou non	FAIRE PARTAGER une expérience des lieux, une opinion

Tableau 3 : Classement de la catégorie d'écrits touristiques selon Florence MOURLHON-DALLIES (1992)

Nous avons vu que les deux classements de Caterina VESTITO et Florence MOURLHON-DALLIES sont légèrement différents en ce qui concerne la brochure touristique. Selon Caterina VESTITO, la brochure et le dépliant font partie de la même rubrique dans l'optique de la propagande et de la persuasion tandis que Florence MOURLHON-DALLIES met la brochure dans la catégorie des publicités ayant pour fonction de vendre le produit et faire aller. En tout cas, quel que soit le classement, chaque produit correspond à un genre de discours qui est « soumis à un ensemble de conditions de réussite » (Maingueneau

2002 : 51) et dont la finalité répond à la question implicite : « On est là pour dire ou faire quoi ? » (Charaudeau 1995 : 102).

En le comparant aux autres types d'écrits touristiques, le guide touristique possède plus d'intérêt au moins dans quatre dimensions. D'abord, un guide touristique doit être réalisé afin de correspondre aux quatre objectifs (un ou deux seulement pour les autres). La façon de présenter ou adapter les toponymes étrangers sera plus variée et plus intéressante. Dans l'optique de la commodité, tandis que les autres jouent un rôle important pour choisir une destination plutôt dans la phase du pré-voyage, le guide touristique apparaît comme un instrument offrant toutes les informations utiles pour toute la durée du voyage. Il est à lire avant, pendant et après le voyage²¹. Il peut être utilisé avant le voyage pour décider de la destination ou préparer l'itinéraire et il est ensuite consulté sur place pour informer le lecteur où aller, où manger et où dormir. Après le voyage, il peut aussi être employé pour une lecture complémentaire avec des détails intéressants ou des anecdotes. À propos de la variété des toponymes, nous avons trouvé que le guide touristique est riche en toponymes. Nous pouvons trouver presque toutes les sous-catégories des toponymes : noms de lieux habités, noms de lieux culturels et noms d'unités géographiques de toutes les régions du pays. Quant aux autres types, ils présentent généralement un endroit touristique remarquable ou quelques sites dans une région. Les toponymes employés sont assez limités dans certains domaines de référence. Enfin la question de l'accessibilité au public est aussi considérée. Le guide touristique est vendu dans presque toutes les librairies et souvent accessible en vente en ligne. Le touriste potentiel peut en acheter un facilement. Les dépliants et les brochures sont normalement distribués à l'agence de voyages ou à l'office du tourisme, un peu difficiles d'accès pour ceux qui habitent loin du centre de ville. La publicité et l'article ne sont pas évidents, cela dépend de la promotion de vente ou du thème choisi par la revue. Tout cela nous amène à analyser plus précisément le produit du guide touristique.

²¹ Caterina VESTITO (2006 : 44) distingue trois types de guides touristiques basés sur la fonction principale réalisée par les guides au cours des étapes d'un voyage : le guide touristique pour la préparation du voyage, le guide que les touristes tiennent dans la main et le guide de lecture complémentaire.

2.2 Qu'est-ce qu'un guide touristique ?

Le terme *guide touristique* est constitué de deux éléments. Pour chaque élément, le *Petit Robert* (2012) propose les définitions suivantes :

- GUIDE [...] 5° Ouvrage contenant des informations générales ou pratiques pour les voyageurs, les touristes, et décrivant un lieu, ses ressources (restaurants, hôtels, transports, musées, curiosités, etc.). [...] (2012 : 1200).
- TOURISME [...] Le fait de voyager, de parcourir pour son plaisir un lieu autre que celui où l'on vit habituellement (même s'il s'agit d'un petit déplacement ou si le but principal du voyage est autre) (2012 : 2583).

Selon la définition de ces deux composants, le *guide touristique* (ou simplement le *guide*) se définit alors comme un type de livre comprenant des informations importantes sur un lieu donné, à l'usage des touristes ou des voyageurs qui se déplacent vers un autre endroit que leur environnement habituel. Les termes *guide de voyage* ou *guide de tourisme* peuvent aussi être considérés comme synonymes du guide touristique, surtout afin de ne pas confondre ce dernier avec le guide touristique désignant un métier consistant à prendre un groupe de touristes en charge.

2.2.1 Aperçu historique du guide touristique

D'origine provençale, le terme *guide* d'aujourd'hui est différemment employé qu'aux XVI^e et XVII^e siècles. Il était du genre féminin désignant « un ouvrage qui indique le chemin » (Boyer 1996 : 16) en forme de manuscrit pour les pèlerins de Saint-Jacques-de-Compostelle ou de Rome. L'impression du guide touristique a été effectuée pour la première fois en 1552 à l'initiative d'un médecin, imprimeur et écrivain français, Charles ESTIENNE (1504-1564), né dans une famille d'imprimeur-éditeurs à Paris. La publication de *La guide des chemins de France : revue et augmentée*²², considérée comme le premier guide routier français, marquait un succès important et le besoin de l'époque : 28 éditions de ce guide étaient publiées durant 1552-1668 (Liaroutzos 2011 : 6). Cet ouvrage montre

²² Ce premier guide touristique est numérisé par la Bibliothèque nationale de France dans la collection Gallica accessible dans <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k102662d>.

un nouveau genre qui ne s'adressait plus aux pèlerins comme auparavant mais aux voyageurs curieux.

Charles ESTIENNE a proposé presque 300 itinéraires à travers le royaume des monuments à visiter afin de renseigner le voyageur. Avec ce guide, le voyageur ne trouvait pas seulement son chemin dans le pays mais aussi une description visant à fournir la liste des villes, les distances, les repères, l'hébergement, les postes, ainsi que les particularités des régions parcourues. Elle était donc considérée comme le modèle de tous les guides depuis le XVII^e siècle avec les mêmes formules : « les voyageurs qui ont la curiosité de passer par *X* ne manquent pas de voir *A, B, C, etc.* » (Boyer 1996 : 19)

Dès la première moitié du XIX^e siècle, le voyage est devenu le tourisme. Les grandes collections de guides ont commencé à apparaître sur le marché pour donner des conseils sur les itinéraires selon les curiosités à voir. La maison anglaise Murray fut la première maison d'édition à publier une collection de guides de voyage avec une couverture rouge *Murray's Handbooks for Travellers* en 1836, c'est pourquoi cette collection était surnommée « *Red Books* ». En Allemagne, Karl BAEDEKER a publié *Baedekers Rheinlande* en 1832. Avec trois versions, en anglais, allemand et français, cette édition connut un immense succès (Rauch 2011 : 2). En France, le *Guide Joanne* fut la première collection de guides de voyage, publiée chez Hachette à partir de 1841. *La Suisse* est le premier volume de cette collection, écrit par Adolphe JOANNE. Les verts Joanne sont devenus *les Guides Bleus* en 1919 pour mieux résister à l'assaut des rouges *Baedeker*, leur rival, qui sont des éditions françaises (Boyer 1996 : 56) toujours publiés par Hachette.

À la fin du XIX^e siècle, avec le courant du tourisme à vélo et ensuite en automobile, les guides de cyclistes et d'automobilistes ont progressé. Les grandes marques de pneumatiques ont lancé également leur collection de guides. L'une d'entre elles est Michelin qui a créé une première collection des *Guides Michelin*, surnommée « guide rouge » au début du XX^e siècle. *La Bretagne* est le premier guide régional chez Michelin dont le public cible était le lectorat des automobilistes.

De nos jours, le marché des guides touristiques en France semble très concurrentiel. On peut compter un certain nombre de collections de guides en librairie. L'édition touristique est devenue un secteur prépondérant qui a compté près de 4 000 ouvrages publiés en 2009 et il se vend 10 millions d'exemplaires chaque année (Seoane 2013 : 29). Les cinq grandes maisons d'édition sont Hachette, Michelin, Lonely Planet Gallimard et Petit Futé. Chaque maison d'édition doit répondre à des besoins toujours plus variés en

s'adaptant à des groupes de touristes qui ne cessent de s'élargir. Les éditeurs proposent de nouveaux styles de guides touristiques, notamment pour les courts-séjours comme *Guides Cartovilles* (Gallimard), *Guides Vert Week-end* (Michelin), *Lonely Planet Petit Voyage* (Lonely Planet), *Guides Grand Week-end* (Hachette), *Guides Évasion* (Hachette), etc. à des prix plus bas. On peut voir également l'émergence de guides thématiques comme les guides culturels (*Bibliothèque du voyageur*), les guides gastronomiques et les guides d'hébergements (*Guide rouge Michelin*), les guides de randonnée (*Chamina*). Les éditeurs lancent de nouvelles collections de plus en plus spécialisées comme : *Paris étudiant* (Lonely Planet), *La Normandie des impressionnistes* (le Routard/Hachette), *Aquariums, zoos, parcs animaliers en France* (Petit Futé), *Les sites français du Patrimoine mondial* (Guide vert), etc.

2.2.2 Guide touristique en tant que genre discursif

À propos de la typologie du discours, Dominique MAINGUENEAU (2002 : 47) propose la notion de *genre de discours* et la notion de *type de discours* dans l'optique des situations de communication. À l'origine, la notion de *genre de discours* est traditionnellement appliquée dans le cadre d'une poétique, d'une réflexion sur la littérature. Aujourd'hui, les genres de discours se définissent comme « des dispositifs de communication qui ne peuvent apparaître que si certaines conditions socio-historiques sont réunies » (2002 : 47). Cette notion peut s'appuyer sur le canal, sur des rôles, ou sur des termes, comme les cas des « éditorial », « débats politiques télévisés », « guide de voyage », etc. Quant à la notion de *type de discours*, les types de discours semblent faire partie d'un ensemble plus vaste, liés à de vastes secteurs de production verbale d'une société comme « discours politique », « discours médiatique » ou « discours touristique ». C'est le cas du genre « talk-show » qui peut se constituer dans le type de discours « télévisuel » et le discours télévisuel faisant lui-même partie d'un ensemble plus vaste, le type de discours « médiatique ». La division de la société en plusieurs secteurs selon des grilles sociologiques plus ou moins intuitives correspond aux grands types de discours comme administration, santé, enseignement ou loisir. Tout cela pourrait permettre de considérer le guide touristique comme un genre de discours qui peut se fonder à l'intérieur

du type de discours *touristique* pouvant constituer plusieurs genres discursifs comme « publicité du tourisme », « dépliant touristique », « reportage touristique », etc.

S'agissant du discours touristique, il nous semble que le guide touristique est largement employé comme corpus d'étude des linguistes comme Florence MOURLHON-DALLIES (1992), Sandrine REBOUL-TOURÉ (2000), Mariagrazia MARGARITO (2002, 2004) ou Edem Kwasi BAKAH (2010). Catherine KERBRAT-ORECCHIONI le considère comme un genre discursif particulier et dont la principale caractéristique est d'être un genre *hybride* (2004 : 134). Il peut fonctionner sous divers aspects à la fois et l'on peut en dégager quatre catégories :

1) Comme un des objectifs principaux du guide touristique est de donner une image d'un ou de lieux que le lecteur ne voit pas, il fait partie des *genres descriptifs* à visée purement pratique et informationnelle.

2) Le guide touristique peut également rencontrer les *discours procéduraux*. En le comparant à la recette de cuisine, le guide touristique donne au lecteur-voyageur toutes sortes de recommandations pratiques par exemple la préparation du voyage, l'itinéraire pour se rendre sur les sites touristiques.

3) En même temps, le guide touristique relève pour une part de ce qu'on pourrait appeler les *discours critiques*. Il opère une discrimination positive systématique : « Intéressant », « Mérite un détour », « Vaut le voyage », etc. Ces évaluations peuvent également être symbolisées par des étoiles comme dans le *Guide vert*.

4) Comme nous avons signalé que les guides touristiques soutiennent l'industrie touristique, leur discours est souvent considéré comme un *discours promotionnel*. Ils servent à promouvoir l'activité touristique même s'ils le font à un moindre degré que les brochures, les dépliants ou les affiches dont le discours est plutôt publicitaire.

Enfin, ajoutons au guide touristique un autre genre de discours, le *discours didactique*. Le guide touristique peut éventuellement se définir comme un « ouvrage à caractère didactique » (Reboul-Touré 2002 : 155 ; Moirand 2004 : 152) à cause de sa propriété de transmission de savoir et de savoir-faire. Sa spécificité pour la didactique est d'avoir deux objectifs : *faire-savoir* et *faire-faire* (Reboul-Touré 2002 ; Mourlhon-Dallies 1995).

Dans un guide touristique, sont présentés des expériences de touristes, des descriptions très souvent positives sur la destination, des conseils pratiques, des images et divers autres éléments. Par conséquent, afin de définir le genre guide touristique, il faut

noter que le discours du guide touristique touche largement au caractère informationnel. Selon nous, le guide touristique présente divers types d'informations sous divers discours tels que les discours descriptifs, procéduraux, critiques ou didactiques mais ce qui importe le plus est l'idéologie de la réalisation. Le discours promotionnel du guide touristique est considéré comme dominant ainsi que le constate Catherine KERBRAT-ORECCHIONI : « il n'est pas exagéré de dire que le discours promotionnel surplombe et englobe les discours descriptifs, procéduraux et critiques : ce sont des « invitations au voyage » (2004 : 135).

2.2.3 Les guides touristiques et la Thaïlande

Le Siam²³ ou la Thaïlande est la destination à découvrir des Occidentaux depuis le XVII^e siècle mais non encore pour le tourisme. Les premiers Français qui ont fait le voyage en Thaïlande furent envoyés par Louis XIV pour établir ou favoriser les liens politiques, le commerce et la religion. C'étaient des ambassadeurs, des missionnaires, des militaires et des savants. Les premiers travaux sur le Siam furent donc les récits de voyage écrits par les envoyés extraordinaires du Roi de France ou les missionnaires tels que l'attestent *le Journal de voyage de Siam fait en 1685 & 1686* de (1687) de François-Timoléon DE CHOISY ou l'Abbé DE CHOISY, *l'Histoire naturelle et politique du Royaume de Siam* (1688) de Nicolas GERVAISE ou encore *Du Royaume de Siam* (1691) de Simon DE LA LOUBÈRE. Ces récits de voyage furent considérés comme des travaux pionniers des écrits touristiques sur la Thaïlande. Le Siam était bien décrit dans ses différents aspects comme la géographie, la société et la culture, souvent avec de belles illustrations.

Durant le XVIII^e siècle, des difficultés politiques de la France et du Siam et le manque d'intérêt de la France pour le Siam ont causé un recul des relations entre les deux pays²⁴. Sous le règne du roi Phetracha (1632-1705), la plupart des Français, surtout les militaires ont quitté le royaume et les Français furent interdits d'entrée dans le territoire siamois (Munsin 1980 : 267). Bien que les missionnaires français aient été autorisés à rester dans le royaume, ils n'ont, selon nos connaissances, pas réalisé leurs œuvres au Siam. Les travaux publiés durant ce siècle empruntaient les données du XVII^e siècle.

²³ Le Siam est l'ancien nom de la Thaïlande. Ce pays a pris ce nom en 1939 après la prise du pouvoir par le général Plaek Phibunsongkram, le troisième Premier ministre et leader nationaliste de la Thaïlande. Le terme *Siam* est normalement employé pour désigner cet État avant qu'il n'ait été rebaptisé *Thaïlande*.

²⁴ Voir une explication détaillée de la question de l'absence de la relation franco-siamoise durant XVIII^e siècle dans Dhiravat NA POMBEJRA (1993) et Phlapplung MUNSIN (1980).

Durant le XIX^e siècle, le concept du voyage semble plus proche du concept du tourisme moderne. Pourtant, le voyage en Thaïlande restait très difficile pour les Occidentaux, il était laborieux, inconfortable, imprévisible et cher, il y avait par conséquent peu de tourisme avant l'avènement du voyage aérien accessible (Dann 2008 : 12-13). Ludovic DE BEAUVOIR ou le comte de BEAUVOIR, considéré comme le premier touriste français à s'être rendu au Siam (Baffie 1988 : 109), a fait le tour du monde à l'âge de 19 ans avec son ami d'enfance entre 1865 et 1867. Il est également passé par le Siam et a séjourné une semaine à Bangkok. Il a rédigé son ouvrage intitulé *Voyage autour du monde : Java, Siam, Canton* de (1870)²⁵ dont trois chapitres sont consacrés au Siam. Il a décrit Bangkok dans son ouvrage : « [La] première vue d'ensemble sur la Venise orientale dépasse tout ce que nous pouvions espérer dans nos rêves de voyageurs » (de Beauvoir 1870 : 256). Notons qu'il existait encore deux groupes de Français auteurs de récits de voyage sur le Siam. D'une part, les explorateurs souhaitant acquérir des connaissances sur le monde oriental, notamment en histoire naturelle tel qu'Henri MOUHOT qui a exploré la péninsule de l'Asie du Sud-Est. Son ouvrage important est intitulé *Voyage dans les royaumes de Siam, de Cambodge, de Laos et autres parties centrales de l'Indo-Chine* publié pour la première fois en 1868. D'autre part, vers la fin du XIX^e siècle, les diplomates ou les hauts fonctionnaires français envoyés par le gouvernement ont aussi écrit des livres sur le Siam mais plutôt avec l'objectif politique de la colonisation. En voici quelques exemples remarquables : *Mission de Pavie en Indochine* d'Auguste PAVIE 1879-1895 (1898), *Les cinq pays de l'Indo-Chine française : l'établissement de Kouang-Tchéou, le Siam, leur situation économique* (1900) de Charles LEMIRE.

Les premiers guides touristiques sur la Thaïlande sont apparus entre la fin du XIX^e siècle et le début du XX^e siècle à Bangkok pour la communauté expatriée²⁶, par exemple *Guide to Bangkok and Siam* (1904)²⁷. Ce livre est compilé par J. Antonio selon lequel cet ouvrage était le seul vrai guide de voyage consacré à la Thaïlande à ce moment-là (Antonio 1997 : xix). Il est considéré comme le plus complet des premiers guides sur la Thaïlande (Dann 2008 : 13). Dans le monde francophone, le premier guide touristique mentionnant le Siam était le guide de l'Indochine publié par Claudius MADROLLE en 1902

²⁵ Cet ouvrage est extrait du *Voyage autour du monde : Australie, Java, Siam, Canton, Pékin, Yeddo, San Francisco*, publié en 1867.

²⁶ Les éditeurs européens tels que *Baedeker* ont ignoré la Thaïlande jusqu'aux années 1980 après le tourisme aérien de masse dans les années 1970 (Dann 2008 : 12)

²⁷ Cet ouvrage a été réimprimé sous le titre *The 1904 traveller's guide to Bangkok and Siam*, édité par Walter E. J. TIPS en 1997 chez White Lotos en Thaïlande.

à l'occasion de l'Exposition de Hanoi²⁸. Pourtant ces guides étaient également destinés aux Français établis en Indochine (Baffie 1988 : 112). Le guide touristique consacré uniquement au Siam ou à la Thaïlande est paru en 1973, intitulé *Passeport pour la Thaïlande* par Ariane SÉDIR. Un an après le guide *Thaïlande : guide touristique* (1974), le plus populaire et le plus complet jamais écrit sur la Thaïlande (Baffie 1988 : 118) est sorti. Cette version française a été traduite de la version anglaise *Discovering Thailand* (1971) par les auteurs mêmes, Achille CLARAC, ambassadeur de France à Bangkok et son ami Micheal SMITHIES. Trois éditions en anglais (1971, 1972, 1977), deux éditions en français (1974, 1984) et une édition en allemand (1979) peuvent expliquer la qualité et la célébrité de cet ouvrage.

Aujourd'hui les guides touristiques sur la Thaïlande sont lancés par presque toutes les maisons d'édition telles que Hachette, Gallimard, Lonely Planet, Guide du routard, Michelin, Petit Futé, etc. Le public est devenu les Français ou les Francophones qui souhaiteraient voyager en Thaïlande pour différents motifs. L'image de la Thaïlande et des Thaïlandais circule plus ou moins dans la société française à travers différents médias comme les publicités et les brochures touristiques, les films et les émissions télévisées, les œuvres littéraires ou les reportages dans des revues spécifiques. Les guides touristiques ont, d'une certaine manière, une influence sur la perception des Occidentaux, surtout des Français, sur un monde lointain comme la Thaïlande. En principe, les auteurs-enquêteurs essaient de créer une « exotisation » dans leur guide pour susciter l'intérêt du lectorat puisque si « l'ailleurs » ressemble trop à « ici », nul besoin de s'y rendre (Seoane 2013 : 31). L'image de la Thaïlande dans ces guides touristiques semble dès lors composée d'images sélectionnées correspondant à l'exotisation pour les non Thaïlandais. Elles peuvent être positives (la gentillesse du peuple, le bouddhisme) ou négatives (la drogue, les prostituées) mais les guides touristiques ne peuvent pas donner une image globale de la Thaïlande. L'image de l'Autre (les destinataires lecteurs et utilisateurs) ne se conforme pas nécessairement à l'image du soi Thaïlandais (les habitants des pays visités). Une lecture attentive est importante pour les lecteurs-voyageurs parce que l'usage de la langue (comme les énoncés génériques, l'emploi du pronom *on* ou la surcharge sémantique de l'adjectif de nationalité) et les éléments visuels sont pris pour des procédés de stéréotypisation de

²⁸ La première édition du *guide Madrolle* était introuvable mais après la Seconde Guerre mondiale, de nouvelles éditions sont sorties mais divisées en deux volumes : *Manuel du voyageur : Indochine du Nord* et *Manuel du voyageur : Indochine du Sud*. Le voyage au Siam était mentionné dans le deuxième volume *Indochine du Sud* (Baffie 1988 : 112).

l'Ailleurs²⁹. Pourtant nous n'allons pas développer cette question puisqu'elle n'est pas notre objectif de travail. Notre but est d'analyser la forme des toponymes et d'interpréter leurs emplois dans le contexte touristique.

2.2.4 Différents types de guides touristiques

Les divers guides touristiques peuvent être sommairement classés en guides pratiques, guides culturels et guide thématiques (Margarito 2004 : 119). En ce qui concerne la Thaïlande, les guides pratiques et les guides culturels ont généralement un usage temporaire tandis que les guides thématiques sont plutôt conservés pour les sites français tels que *Les sites français du patrimoine mondial* chez Michelin, *Shopping à Paris* chez Gallimard ou *Amateur de chocolat* chez Petit Futé.

Le guide pratique souligne en particulier les conseils aux lecteurs-voyageurs. Grâce aux listes complètes sur l'hébergement et les restaurants, ils peuvent se débrouiller facilement sur place en trouvant un logement, un restaurant ou des moyens de transport. Les informations relatives à l'aspect culturel sont offertes plutôt de façon généraliste. Sandrine REBOUL-TOURÉ (2000 : 157) l'appelle le guide riche en textes car il propose peu d'illustrations (cartes, plans). Des prix attractifs et une mise à jour annuelle sont leur principale caractéristique qui explique pourquoi ils se vendent bien. Les guides pratiques bien connus en France sont le Routard, Lonely Planet, Geoguide ou Petit Futé. Or il existe aussi un guide thématique sur la Thaïlande. C'est *Thaïlande, îles et plages* chez Lonely Planet mais comme sa présentation partage beaucoup de caractéristiques des guides pratiques, nous le considérons comme un guide pratique.

Quant au guide culturel, la culture et l'histoire sont d'abord mises en lumière tandis que les listes de restaurants et d'hôtels terminent généralement le guide culturel. L'histoire, les arts et architectures et les attractions touristiques de chaque région et/ou chaque quartier sont décrits de façon précise. Il est normalement riche en images, cartes et plans en couleur. Au détriment de l'aspect pratique, ce type de guide sera utilisé par ceux qui connaissent déjà l'itinéraire et dont le programme est déjà bien planifié. Ce sont *le Guide*

²⁹ La question du stéréotype sur les Thaïlandais dans les guides touristiques francophones est discutée chez Theera ROUNGTHEERA (2014).

vert, le Guide voir, Bibliothèque du voyageur, Encyclopédies du voyage ou National Geographic.

Dans ce travail, nous essayons d'analyser les différents guides touristiques en supposant que chacun a sa propre façon de présenter les sites touristiques avec un traitement différent des toponymes thaïlandais. Dans la partie suivante, nous allons aborder la constitution de notre corpus.

2.3 Choix du corpus et conditions méthodologiques du recueil du corpus

Après avoir présenté la généralité et la spécialité du guide touristique, nous allons élaborer la façon de constituer notre corpus des guides touristiques afin d'analyser les toponymes thaïlandais. Les critères de sélection sont d'abord dégagés et ensuite la microstructure de chaque guide touristique sélectionné est examinée.

2.3.1 Critères de sélection

Sur le marché des guides touristiques, il en existe beaucoup sur la Thaïlande. Afin de sélectionner les représentants des guides francophones, nous avons adopté les critères de sélection de Florence MOURLHON-DALLIES (1995) qui a travaillé sur les écrits touristiques sur Venise à orientation ethnolinguistique. Elle construit son corpus à partir des trois critères suivants :

- Les documents publiés sur une même période contemporaine ;
- Les documents consacrés à une même destination touristique ;
- Les documents considérés comme des documents de gamme 'moyenne' au sein de chaque communauté.

De plus, comme nous mettons l'accent sur la francisation des noms de lieu, nous avons ajouté le critère de francité ou d'origine française ; c'est-à-dire les guides écrits par les Français pour le public francophone.

2.3.1.1 Critères de la date de parution

Comment limiter notre corpus a été le premier problème auquel nous avons été confrontés quand on a jeté un coup d'œil sur les nombreux ouvrages présentés en librairie. Nous avons ainsi trouvé les mêmes guides dans plusieurs versions. Le bornage temporel a d'abord été pris en considération. Nous avons choisi les guides francophones parus dans les années 2010-2012 avant de commencer ce travail. Le recueil des guides de la même période évite le problème de la différence de l'emploi du langage dans l'optique diachronique.

2.3.1.2 Critères de l'ancrage référentiel

Bien que la Thaïlande soit la destination que nous avons choisie en premier lieu, il existe aussi des guides plus spécifiques. Nous n'avons pas trouvé seulement les guides du pays, mais aussi des guides de villes touristiques importantes telles que *Bangkok* chez Petit Futé, Cartoville et le Routard, *Phuket* chez Lonely Planet et Petit Futé et les guides de région ou thématiques comme *Thaïlande, îles et plages* chez Lonely Planet, *Thaïlande, Bangkok et le Sud* chez Géoguide. Afin de garantir l'homogénéité de contenu de nos guides touristiques, nous avons choisi une même destination touristique. Les guides du pays Thaïlande sont uniquement sélectionnés pour trouver des toponymes dans tout le pays correspondant aux différentes catégories.

2.3.1.3 Critères du positionnement sur le marché

Les guides touristiques retenus devront être accessibles à un large public. Dans cette optique, nous avons considéré les guides les plus vendus comme le critère de positionnement sur le marché en supposant que ces ouvrages sont acceptés par la plupart des lecteurs-touristes francophones. Voici les parts de marchés des éditeurs de guides touristiques en France pour l'année 2010 :

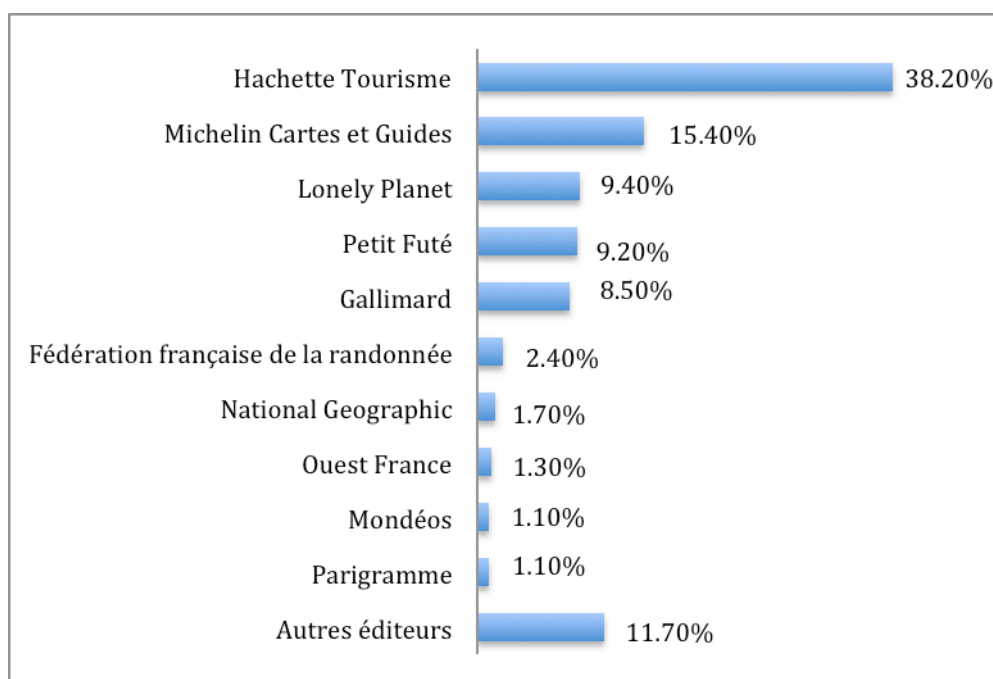


Figure 2 : Parts de marché des éditeurs de guides touristiques en France pour l'année 2010 (en pourcentages des exemplaires vendus).

Source : IPSOS cité par Pipame, *Prospective du m-tourisme* 2011, p. 90.

Parmi les éditions diverses distribuant des guides touristiques en français, les éditeurs Hachette Tourisme, Michelin Cartes et Guides, Lonely Planet, Petit Futé et Gallimard sont en tête, les autres sont visiblement moins importants. Nous allons donc sélectionner les cinq premiers éditeurs en priorité.

2.3.1.4 Critères de la francité

Dans la liste des guides touristiques imprimés en France, il n'existe pas seulement des guides rédigés par des auteurs français mais aussi par des auteurs étrangers. Autrement dit, la version française est le produit traduit de la langue étrangère par exemple *Lonely Planet* (traduit du *Lonely Planet Thailand*, éditeur australien), *National Geographic* (traduit du *National Geographic Traveler : Thailand*, éditeur américain), *Guide voir* (traduit du *Eyewitness Travel Guides : Thailand*, éditeur anglais, publié chez Hachette) ou *Bibliothèque du voyageur* (traduit d'*Insight Guides : Thailand*, éditeur anglais et après

allemand, publié chez Gallimard). En travaillant avec des guides proprement dits français, écrits par des Français pour les francophones, les auteurs ont plus de liberté pour traiter les toponymes thaïlandais sans l'influence de l'anglais et sans respecter le nombre de pages de la version originale comme nous l'avons constaté plus haut dans le chapitre I (cf. 1.2.1).

En retenant les critères 3 et 4, les guides de voyage chez quatre éditeurs sont sélectionnés : Hachette, Michelin, Petit Futé et Gallimard. Pourtant, comme chaque éditeur n'offre pas un unique guide touristique, nous avons choisi le plus représentatif de chaque éditeur en appliquant les critères complémentaires qui suivent.

D'abord, Hachette Tourisme fondé en 1841 est l'éditeur qui a la part de marché la plus importante des guides touristiques. Il propose plusieurs collections de guides touristiques tels que *Le Routard*, *Guide Bleu*, *Guide Évasion*, *Guide Voir*, *Un grand week-end*, *Top 10*, etc. mais seuls les quatre premiers proposent la Thaïlande comme destination. *Le Routard Thaïlande* semble le meilleur représentant de cet éditeur parce que *le Routard* représente toujours une vente sur quatre des guides touristiques en France (soit 25 % de part de marché) (Husson 2016). Il apparaît comme un guide plus compact, mieux documenté et moins cher (à partir de 9,90 euros) que ses concurrents. Il compte environ 140 titres dans 67 pays pour le monde entier. En correspondant à tous ces critères, *Le Routard Thaïlande* est le meilleur représentant de l'éditeur Hachette Tourisme.

Ensuite, l'éditeur Michelin lancé par la société des pneumatiques Michelin au début du XX^e siècle est à la deuxième place du marché. Il n'est pas seulement bien connu pour son *Guide rouge* (ou *le Guide Michelin*), le guide gastronomique et d'hébergement mais il publie également plusieurs collections de guides et cartes touristiques telle que *Le Guide Vert*, *Le Guide Vert Week-end*, *En un coup d'œil*, *Le Carnet*, *Cartes routières et touristiques*, *Atlas routiers et touristiques*, ou *Plans de ville*. Chacun est un complément de l'autre. En ce qui concerne la Thaïlande, il y a seulement *le Guide Vert* et *la carte Michelin* qui y sont consacrés. *Le Guide Vert* fondé en 1926 souligne la découverte du patrimoine culturel et naturel des régions. Il offre un guide par région en France et de nombreuses destinations en Europe et dans le monde, y compris la Thaïlande. Dans ce cas-là, *le Guide Vert* est le seul choix pour notre travail relatif à Michelin.

Quant au Petit Futé, le premier guide est publié en 1976 à Nancy avec l'idée de présenter un répertoire de bonnes adresses, des bons plans et des conseils pour découvrir la ville de Nancy. Au début, il était considéré comme « city guides ». Aujourd'hui, Petit

Futé propose différents guides pour la France et l'étranger : les city-guides et les guides des départements et régions pour la France, les country-guides, les city-guides monde et les city-trips pour l'étranger, ainsi que les guides sur diverses thématiques comme *Camping*, *France à cheval*, *Guide de l'écotourisme* ou *Guide de la plongée*. La Thaïlande intéresse aussi cet éditeur. Il publie un guide du pays et deux guides de villes thaïlandaises *Bangkok* dans la collection *City Guide* et *Phuket* dans la collection *Carnet de voyage*. Nous avons choisi le guide du pays *Thaïlande* pour compléter notre corpus relatif au critère 2 (l'ancrage référentiel).

Enfin, Gallimard est un grand groupe d'édition français fondé en 1911. Il ne publie pas seulement la littérature française et étrangère, mais aussi des ouvrages de connaissances, des « beaux livres » et des revues. En ce qui concerne le tourisme, Gallimard Loisir offre six collections de guides touristiques. Il scinde ses guides en deux groupes : les guides pratiques (*Cartoville*, *Géoguide* et *Mode d'emploi*) et les guides culturels (*Encyclopédies du voyage*, *Bibliothèque du voyage* et *Encyclopédie thématique du voyage*). S'agissant de la Thaïlande, il existe quatre guides : *Cartoville Bangkok*, *Géoguide Bangkok et le Sud*, *Thaïlande Mode d'emploi*, *Encyclopédies du voyage Thaïlande* et *Bibliothèque du voyage Thaïlande*. Seules les *Encyclopédies du voyage Thaïlande* correspondent à nos critères étant donné que *Cartoville* et *Géoguide* sont respectivement un guide régional et un guide de ville alors que *Mode d'emploi* et *Bibliothèque du voyage* sont des guides traduits d'une langue étrangère.

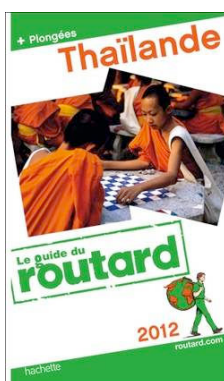
Pour conclure, après avoir appliqué nos quatre critères (la date de parution, l'ancrage référentiel, le positionnement sur le marché et la francité), nous avons sélectionné finalement les quatre guides suivants pour constituer le corpus : *Guide du routard* (édition 2012), *Guide vert* (parution en 2010), *Petit Futé* (édition 2012-2013) et *Encyclopédies du voyage* (parution en 2011). Le panorama de chaque guide sur la Thaïlande sera présenté dans la partie suivante.

2.3.2 Macrostructure : organisation des guides

Les guides touristiques sont constitués de parties ou de rubriques différentes. Chaque partie traite des informations du pays cible de façon différente comme l'histoire,

la géographie, les arts et les cultures, la description des lieux de visite. Par conséquent, nous avons remarqué que chaque partie pouvait aussi refléter le choix de noms de lieux. Nous avons ainsi trouvé des centaines de noms de temples dans la description des lieux de visite ou les itinéraires tandis que les noms d'anciens royaumes sont plutôt conservés dans la partie historique. Généralement, les guides touristiques fournissent des informations utiles pour préparer le voyage, des informations pour mieux connaître le pays cible, une description des sites touristiques et des adresses importantes, ainsi que des listes de restaurants et d'hébergements. Pourtant ces parties sont nommées de façons différentes selon les guides et peuvent être différemment présentées selon sa tradition. Nous allons montrer la macrostructure de chaque guide comme suit :

2.3.2.1 Guide du Routard (GR)



Comme le Routard est considéré comme un guide pratique, il indique non seulement les endroits à visiter mais aussi un répertoire des hôtels, des restaurants, des magasins ainsi que des bars avec ses commentaires. La première édition du Routard Thaïlande date de 2003. *Le Guide du routard Thaïlande 2012* est rédigé par un groupe d'auteurs (Olivier PAGE et ses 13 collègues). Il comprend trois parties.

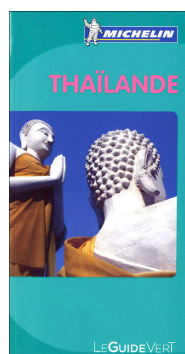
La première partie présente les informations générales sur la Thaïlande pour la préparation du voyage, par exemple le départ depuis la France, le transport, le climat, l'hébergement, la langue, l'achat, la santé, la communication, etc. Toutes ces questions sont présentées dans les rubriques et les chapitres suivants : « Les questions qu'on se pose le plus souvent », « Les coups de cœur du Routard », « Comment y aller ? », « Quitter le pays » et « Thaïlande Utile ».

Pour mieux comprendre le pays et sa population, la deuxième partie est consacrée aux faits généraux du pays dans leurs aspects socioculturels à l'instar de l'économie, l'histoire, la géographie, les médias, le patrimoine culturel et naturel, la cuisine, la religion et les fêtes. Ils sont rassemblés dans le chapitre intitulé « Hommes, cultures et environnements ».

La dernière partie est la présentation des sites touristiques, classés par région géographique comme Bangkok et ses environs, la plaine centrale, Chiang Mai et sa région, Le Nord-Est, etc. Chaque chapitre comprend des sous-chapitres triés par zones géographiques plus précises. Par exemple dans le chapitre « Bangkok et ses environs », on a Au sud-est de Bangkok, À l'ouest de Bangkok et Au nord de Bangkok. Enfin dans chaque province ou chaque ville, les auteurs proposent des sites touristiques étoilés via son logo à trois niveaux (*, ** ou ***). Le site avec trois logos est celui qui mérite le plus la visite. Ensuite, les endroits pour manger, pour dormir, pour partir et parfois pour acheter sont aussi répertoriés, souvent regroupés selon une fourchette de prix comme « De bon marché à prix moyens » ou « D'un peu plus chic à plus chic » pour que le lecteur puisse choisir l'endroit convenant à son budget.

Nous avons trouvé que l'avantage de ce guide n'est pas seulement ses listes complètes de toutes sortes pour le voyageur mais aussi son renouvellement annuel. En revanche, sa présentation des lieux touristiques est moins attractive à cause du manque de photos.

2.3.2.2 *Guide Vert (GV)*



Un autre guide célèbre pour les francophones, le *Guide Vert* a été créé à cause du développement du tourisme automobile. Contrairement au Routard, le Guide vert a

tendance à être culturel grâce à sa description précise des arts, de l'architecture et de l'histoire. Laure-Emmanuelle HUSSON (2016) le considère comme un guide académique. Le *Guide Vert Thaïlande* paru en 2010 est rédigé par neuf auteurs (Anne LAGARDE et al.). Il est également constitué de trois parties comme *le Routard* :

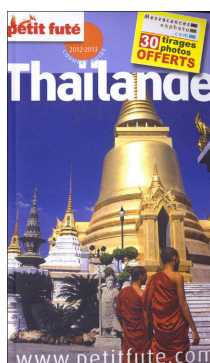
Le guide indique d'abord les modalités pratiques pour préparer son séjour avant le départ puis mieux en profiter sur place dans la première partie « Organiser son voyage » telles que la fiche d'identité, la météo, les adresses utiles, l'ambassade, l'électricité, la sécurité, les souvenirs, etc.

Ensuite, la deuxième partie intitulée « Comprendre la Thaïlande » offre la présentation du pays à travers différentes thématiques afin d'enrichir le voyage comme son histoire, son économie, ses paysages ou ses coutumes.

La dernière partie est nommée « Découvrir la Thaïlande » où les sites touristiques sont répertoriés selon le découpage en 5 régions. Comme *le Routard*, chaque site est évalué par un nombre d'étoile(s). Trois étoiles précédées d'un nom du site signalent que le site est le plus important et mérite une visite alors que la simple mention du nom ou zéro étoile signifie « à voir éventuellement ». Après la description des détails de chaque chapitre, les adresses utiles, l'hébergement et la restauration sont répertoriés.

Le point fort de ce guide est qu'il met l'accent sur le patrimoine artistique et architectural ainsi que sur l'histoire en tant que guide culturel. Il partage aussi les caractéristiques du guide pratique grâce à sa liste d'adresses plus ou moins complète même si celle-ci est beaucoup moins riche que celle du *Routard*.

2.3.2.3 Petit Futé (PF)



Petit Futé est aussi considéré comme un guide pratique avec la liste des sites de restauration et de logement mais il fournit aussi de temps en temps des images en

couleur. Celles-ci rendent ce guide plus attractif que *le Routard* en terme de présentation. Petit Futé est écrit par un groupe de rédaction. Pour sa neuvième édition, Dominique AUZIAS et Jean-Paul LABOURDETTE sont auteurs et directeurs de la collection, publiée en 2013. Il comporte quatre parties.

La première partie fournit des informations pour susciter l'intérêt du lecteur à voyager en Thaïlande en présentant les points forts d'un séjour, la fiche technique (introduction assez brève du pays) et cinq exemples d'itinéraires selon différentes durées d'une seule journée jusqu'à trois semaines.

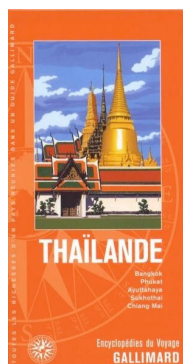
La deuxième partie présente le panorama de la Thaïlande dans ses divers aspects sous le nom de « Découverte » comme la géographie, l'histoire, la sociopolitique, la culture, les arts. Sa particularité est de consacrer huit pages à la communication en thaï. Grâce à cette partie réalisée en partenariat avec *Assimil*, le lecteur-touriste arrive à communiquer un peu en thaï, non seulement via des expressions usuelles dans diverses situations mais aussi par une connaissance rudimentaire de la prononciation et de la grammaire.

Ensuite, c'est une grande partie consacrée aux sites touristiques répartis dans sept chapitres selon la zone géographique. Chaque article est constitué de la liste des sites à voir, des restaurants, des hôtels et aussi des magasins pour faire du shopping. Pourtant, les sites ne sont pas évalués comme avec *le Routard* et *le Guide Vert*.

Le guide se termine par la partie « Organiser son séjour ». Elle fournit des informations de base telles que comment préparer un séjour en Thaïlande, comment partir depuis la France, comment rester en Thaïlande (budget, argent, santé, assurances, etc.) et les types d'hébergements et de transport.

L'organisation du Petit Futé est un peu différente du *Routard* et du *Guide Vert*. Il donne des informations sur l'organisation du séjour à la fin de l'ouvrage. Il nous semble que ce guide essaie de présenter d'abord le pays afin de créer une envie et après il fournit les informations pratiques pour que le lecteur décide comment il organise son séjour selon ses attentes. Pourtant, il a tendance à être un guide pratique avec beaucoup de listes d'hébergement et de restauration avec ses avis alors que la description culturelle ou naturelle des sites est moins exprimée.

2.3.2.4 Encyclopédies du voyage (EV)



Encyclopédies du voyage chez Gallimard est destiné à être un guide que le lecteur-touriste peut lire tout le temps : « une encyclopédie à lire avant de partir, un guide à consulter sur place, un album à feuilleter au retour. » (2011 : couverture arrière). Avec le mot *encyclopédie* dans le titre, le guide semble plus culturel que les autres : environ 40 % du guide est consacré au patrimoine culturel et naturel. Il est rédigé par 12 auteurs qui ont chacun leur domaine propre : cinq auteurs pour la nature, cinq pour l'histoire et l'architecture (dont un Thaïlandais) et deux pour l'art de vivre. La version que nous avons traitée est la version 2011. Ce guide comprend trois parties.

Les auteurs commencent le guide par les clés pour comprendre la Thaïlande dans toutes ses dimensions telles que la nature, l'histoire, les arts et les traditions, l'architecture thaïlandaise vue par les peintres et les écrivains (cette partie est spécifique à ce guide).

Les sites touristiques sont ensuite présentés dans la deuxième partie selon leur situation géographique. Bien que les sites ne soient pas étoilés comme dans *le Routard* ou *le Guide vert*, les images en couleur insérées dans toutes les pages peuvent inciter le lecteur-touriste à aller voir le site en question.

La dernière partie concerne des informations pratiques pour préparer le voyage, comment les consulter sur place, les mots et les formules usuelles, une sélection d'adresses d'hébergement et de restaurants et enfin l'adresse et les horaires des lieux de visite.

Ce guide privilégie plutôt l'aspect informatif avec une bonne qualité des informations ainsi que des images et des illustrations très variées. L'aspect pratique est moins important que dans les autres guides. Ainsi, l'itinéraire pour se rendre sur les sites

n'est pas fourni. Un autre point faible de ce guide est la mise à jour. Nous n'avons pas trouvé de différence importante entre les versions publiées au cours des diverses années, même pour la couverture du guide. Pourtant, il convient bien au lecteur-touriste intéressé par le tourisme culturel.

2.3.2.5 Comparaison des guides touristiques

L'organisation et la présentation de nos quatre guides touristiques sont différentes. En distinguant les guides pratiques des guides culturels, nous pouvons dégager que les quatre guides sont différemment orientés. Si le guide pratique et le guide culturel sont les pôles extrêmes, *le Routard* est le représentant du guide pratique tandis qu'*Encyclopédies du voyage* est très riche en informations culturelles. *Petit Futé* et *le Guide vert* se situent plutôt entre les deux pôles. Pour *Petit Futé*, le répertoire des hôtels, des restaurants et des magasins est bien marqué mais la partie de la découverte du pays est également riche, plus détaillée que celle du *Routard*. Pourtant la description du site est encore limitée. Il est par conséquent classifié comme un guide à tendance pratique. Quant au *Guide vert*, le caractère culturel est plus évident que le caractère pratique. Il fournit des informations socio-culturelles plus ou moins complètes sur le pays dans la deuxième partie comme *Encyclopédies du voyage*. D'ailleurs, des informations pratiques que le lecteur peut utiliser sur place sont aussi plus ou moins proposées. Néanmoins, le côté pratique reste moins fourni que le côté culturel. Il est donc considéré comme un guide à tendance culturelle. Nous pouvons présenter la différence des quatre guides dans le tableau suivant :

Guide pratique	Guide à tendance pratique	Guide à tendance culturelle	Guide culturel
RT	PF	GV	EV

Tableau 4 : Caractéristiques dominantes des guides sélectionnés

D'ailleurs, nous pouvons résumer les caractéristiques des quatre guides dans leurs différents aspects dans le tableau ci-dessous :

	RT	PF	GV	EV
Taille	19,2×11,6×2,9 cm	20,5×12,1×2,1 cm	22×12×2 cm	22,5×11,2×1,5 cm
Nombre de pages	619	589	469	348
Édition ou date de parution	2012	2012	2010	2011
Présentation	Blanc/noir	Couleur	Couleur	Couleur
Prix	14,90 €	14,95 €	25,90 €	27 €
Mise à jour	Tous les ans	Tous les ans	Apparemment tous les deux ans	?
Information sur la préparation du voyage	✓	✓	✓	✓
Présentation du pays	✓	✓	✓	✓
Itinéraires proposés	✓	✗	✓	✗
Connaissance sur le thaï	✗	✓	✗ huit pages	✗ une page
Liste d'hébergement et de restauration	✓ (très riche)	✓ (riche)	✓ (riche)	✓ (très peu)
Cartes et plans	✓	✓	✓	✓ (pas beaucoup)
Images et illustrations	✗	✓	✓	✓ (beaucoup)

Tableau 5 : Comparaison des guides choisis pour la constitution du corpus

Nous pouvons remarquer la différence entre le guide relativement pratique et le guide relativement culturel dans plusieurs aspects. Par exemple la taille des guides relativement pratiques apparaît comme celle d'un format de poche alors que les guides relativement culturels sont un peu plus grands. Ensuite sur la couverture, le premier groupe marque toujours l'année ou l'édition pour montrer la mise à jour. Dans le deuxième groupe, ce n'est pas la version ou l'édition qui est marquée mais l'année de la

parution sur la page de copyright. Enfin au niveau du prix, les guides à tendance pratique sont moins chers que ceux à tendance culturelle (moins de 15 euros vs plus de 25 euros).

Bref, notre corpus d'étude est constitué de quatre guides touristiques dont l'orientation n'est pas identique. La comparaison de nos guides choisis peut aussi expliquer la tendance de la présentation des différents guides non seulement au niveau du contenu mais aussi au niveau de l'apparence physique et du prix.

2.4 Bilan

Le guide touristique est le plus intéressant des écrits touristiques étant donné qu'il donne beaucoup d'informations sur la destination par des textes et des éléments visuels. Avec des objectifs plus variés que les autres types d'écrits, le discours des guides touristiques n'est pas un discours homogène. Différents discours sont utilisés tels que le discours descriptif, le discours procédural, le discours critique, le discours promotionnel et le discours didactique. Cela rend le texte du guide touristique spécifique. Certains chercheurs tentent de définir le guide touristique comme un genre discursif (Annabelle Seoane 2013 ; Catherine Kerbrat-Orecchioni 2004) mais cette question n'est pas l'objectif de ce travail. Le guide touristique qui est riche en toponymes nous intéresse dans l'optique du traitement des toponymes étrangers dans les textes français. Les toponymes seraient traités avec différents procédés pour que les lecteurs/voyageurs puissent communiquer avec les autochtones et se créer une image des lieux qu'ils ne connaissent pas.

Les guides touristiques sur la Thaïlande ne sont pas apparus avant la fin du XIX^e siècle (les récits de voyage ont d'abord émergé au XVII^e siècle mais leur but n'était pas comparable au guide touristique). Les premiers guides étaient réalisés par des étrangers vivant en Thaïlande et destinés aux étrangers en Thaïlande. Ils étaient alors publiés en Thaïlande. Les guides francophones de nos jours sont publiés en France et écrits par les auteurs-enquêteurs francophones. Les informations proposées sont donc différentes de celles fournies par leurs prédécesseurs. Ils sont principalement classés en deux groupes importants : guide pratique et guide culturel.

Avec la variété des guides touristiques dans les librairies, nous avons terminé le chapitre sur la démarche méthodologique employée dans notre travail de recherche. Les choix effectués pour la constitution du corpus sont essentiellement présentés. Il comprend quatre guides touristiques sur la Thaïlande écrits par les Français et destinés aux

Francophones publiés entre 2010-2012 dans les maisons d'édition qui dominent le marché. Ce sont *le Routard* (2012), *le Guide vert* (2010), *Petit Futé* (2012) et *Encyclopédies du voyage* (2011). Après avoir comparé la présentation des guides, nous avons trouvé qu'ils sont en effet également différents en terme de présentation. Il est avantageux pour nous d'analyser les toponymes dans les guides de types différents. Par exemple, le guide culturel devrait les traiter plus soigneusement avec beaucoup de recherches documentaires tandis que le guide pratique met l'accent plutôt sur les conseils pratiques qui doivent être mis à jour.

Cette description méthodologique ne sera pas complète si elle n'est pas appliquée au corpus. Dans cette optique, nous allons analyser le traitement des toponymes thaïlandais dans les guides francophones dans les parties suivantes. Les analyses comportent trois niveaux, chacun faisant l'objet d'une partie. La partie suivante concerne la romanisation ou l'adaptation phono-orthographique. L'analyse des morphosyntaxique sera étudiée dans la partie III et l'analyse sémantique et traductologique sera abordée dans la partie IV.