



**HAL**  
open science

## Que dit-on du touriste dans la presse : de sa mise en mots à la construction d'une catégorie subjective ?

Frederic Pugniere-Saavedra

### ► To cite this version:

Frederic Pugniere-Saavedra. Que dit-on du touriste dans la presse : de sa mise en mots à la construction d'une catégorie subjective ?. Presses de l'Université de Laval. La communication touristique, vers de nouvelles interfaces ?, pp.385-407, 2018, 978-2-7637-3741-6. hal-01994710

**HAL Id: hal-01994710**

**<https://hal.science/hal-01994710>**

Submitted on 3 Nov 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## Que dit-on du *touriste* dans la presse ? De sa mise en mots à la construction d'une catégorie subjective

Frédéric PUGNIÈRE-SAAVEDRA, Maître de Conférence en Sciences du langage, Université Bretagne Sud, Laboratoire : **PREFics** (Pôle de REcherche Francophonie, Interculturel, Communication, Sociolinguistique)

Il nous a semblé intéressant à travers cette contribution, et dans l'économie générale de l'ouvrage, de réfléchir à la manière dont on parle du touriste [et par conséquent mais en arrière-plan seulement du tourisme] non pas dans les conséquences économiques qui en découlent sur l'aménagement du territoire, dans le potentiel plus ou moins attractif d'un territoire par rapport à un autre, dans les nouvelles questions que posent les formes émergentes de tourisme en termes de droit... mais dans la désignation<sup>1</sup> proprement dite qui est mobilisée pour évoquer le *touriste* et dans les implications qui en découlent tout naturellement. Le substantif *touriste*, désigne selon l'OMT<sup>2</sup> «Un *visiteur (du tourisme interne, récepteur ou émetteur)* est qualifié de *touriste (ou visiteur qui passe la nuit)* s'il passe une nuit sur place» et distingue le touriste interne, le touriste national, le touriste international et le touriste émetteur<sup>3</sup>. Selon l'Insee le touriste désigne celui qui « déploie des activités au cours de voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de l'environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité» et pour le dictionnaire Atilf<sup>4</sup>, le touriste désigne : «Celui, celle qui fait du tourisme, qui voyage pour son plaisir, pour se détendre, s'enrichir, se cultiver. Voyageur qui se distingue par son pays d'origine, les lieux qu'il visite, les moyens de locomotion qu'il utilise», [...] «Le touriste est la personne qui voyage dans un pays autre que celui de sa résidence et qui y effectue un séjour de plus de vingt-quatre heures, sans atteindre la durée nécessaire pour qu'elle soit considérée comme résidente»<sup>5</sup>.

On perçoit bien que ces définitions renseignent sur le comportement du touriste (mobilité par rapport à sa résidence habituelle pour une certaine durée et pour le plaisir en général) et non sur la manière proprement dite de le désigner. Or, nommer, ce n'est pas «représenter» le monde tel qu'il est, les faits tels qu'ils sont, c'est donner un point de vue, prendre une position sur l'objet en choisissant de le désigner ou de le caractériser d'une certaine façon en y mettant de l'évaluation, de la distance, de la domination, de la discrimination, de la proximité, du jugement selon la perception que l'on en a (Siblot 1998), c'est aussi donner une représentation POUR l'autre. On ne dit pas en effet la même chose selon que l'on qualifie le *touriste* de *résident secondaire, de randonneur, de visiteur, de plaisancier, de client* ou que l'on recourt à

---

<sup>1</sup> On appelle *désignation* «le fait qu'un signe renvoie à un objet, à un procès, à une qualité, etc. de la réalité extralinguistique», [...] cette réalité telle qu'on la montre à travers le choix qui est fait des mots «est structurée par des formations idéologiques (culture, expériences) d'un groupe humain donné » Dictionnaire de linguistique, Paris, Larousse, 1990 : 144.

<sup>2</sup> <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>, site consulté le 05/11/2015

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> Dictionnaire en ligne du CNRS disponible à l'Url suivant : <http://atilf.atilf.fr/>

<sup>5</sup> Cf. JOCARD L-M., *Tourisme et action de l'État*, 1966 :14.

une préfixation pour le désigner d'*eco-touriste*, de *cyclo-touriste*, d'*ultra-touriste* ou de *spatio-touriste* ce qui renvoie à des pratiques touristiques (*tourisme spatial* (10)<sup>6</sup>, *responsable* (8), *durable*, *virtuel et équitable* (4), *solidaire*, *sexuel*, *portuaire et chinois* (3), *respectueux de*, *citoyen*, *gay*, *équestre*, *culturel et classique* (2))<sup>7</sup> ou du moins à des pratiques que l'industrie touristique souhaiterait imposer. *Nommer*, et donc *désigner* dans ce contexte, implique la vigilance par rapport à ce qui est communiqué car les enjeux de développement économique (et donc de consommation) sont importants.

Nous avons construit un corpus (Sinclair 1996)<sup>8</sup> de presse écrite<sup>9</sup>, corpus légitime en tant que productions publiques appartenant à un même *genre* pour y observer des phénomènes discursifs qui se déploient en surface, en profondeur mais également dans un hors-discours. Nous considérons donc que les productions écrites forment des *discours* allant du système de règles aux énoncés effectivement produits rejoignant ainsi la conception foucauldienne (1969b : 153) du *discours* qui est « un ensemble d'énoncés en tant qu'ils relèvent de la même formation discursive<sup>10</sup> ». Ce corpus construit est par conséquent formé de différents *discours* en tant qu'ensemble d'énoncés socio-historiquement circonscrits que l'on peut rapporter à une identité énonciative.

## 1. Constitution du corpus

Nous nous appuyons par conséquent sur des articles qui s'étendent sur 10 ans du 1<sup>er</sup> janvier 2005 à 30 décembre 2014<sup>11</sup> : une presse régionale (le *Télégramme*, *Ouest-France* et le *Parisien*)<sup>12</sup> et une presse nationale (le *Monde*, *Libération* et *Le Figaro*)<sup>13</sup> qui sont répertoriés dans la base de données *Europresse*, nous avons retenu tous les articles pour chaque titre de presse contenant le terme *touriste* et/ou *tourisme*.

---

<sup>6</sup> Le nombre entre parenthèse indique le nombre d'occurrences de ce segment dans le corpus de travail.

<sup>7</sup> Les autres dénominations ne sont employées qu'une seule fois dans le corpus : alternatif, balnéaire, berlinois, britannique, communautaire, écologique, érotique, espagnole, familial, indien, industriel, international, irresponsable, italien, local, mondial, national, normand, parisien, participatif, populaire, sexy, suborbital, vendéen, vert, volcanique.

<sup>8</sup> Le *corpus* représente une « collection de données langagières qui sont sélectionnées et organisées selon des critères linguistiques explicites pour servir d'échantillonnage langagier » SINCLAIR (1996 : 4).

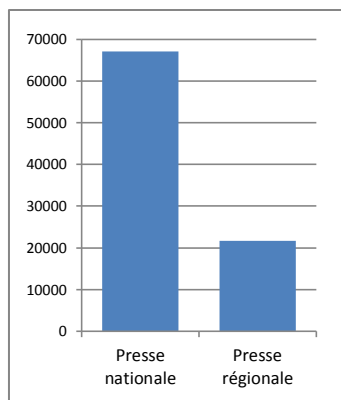
<sup>9</sup> Les journaux qui constituent le corpus sont les suivants : *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *Ouest-France*, *Le Télégramme* et *Le Parisien* de 2005 à 2015.

<sup>10</sup> Nous empruntons la notion de *formation discursive* à Foucault (1969b : 153) qu'il définit comme suit : « la formation discursive se caractérise en termes de dispersion, de rareté d'unité divisée et en termes de systèmes de règles » ce qui lui permet d'affirmer que la *formation discursive* « laisse en pointillé la mise en place finale du texte » (1969 :99). Cette notion a ensuite été reformulée par Pêcheux pour qui la *formation discursive* « détermine ce qui peut et doit être dit à partir d'une position donnée dans une conjoncture donnée », ce qui a une incidence sur la sémantique car « les mots changent de sens en passant d'une *formation discursive* à une autre » (1971 : 102).

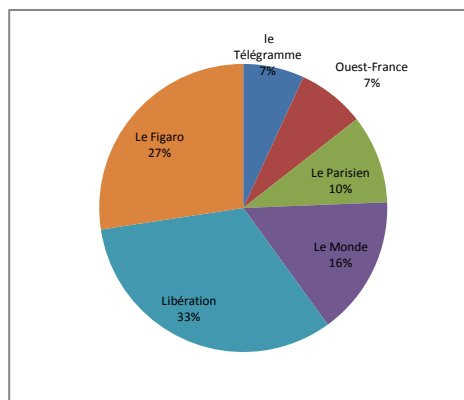
<sup>11</sup> Nous nous sommes volontairement limités au discours de presse et avons éliminé par exemple tous les supports institutionnels tels que les sites internet des Offices du Tourisme (OT et OTI), les sites des guides de voyages (Le Guide du routard, le Guide vert, le Guide Michelin...)... etc.

<sup>12</sup> Le *Télégramme* (89 articles soient 6089 formes) et *Ouest-France* (91 articles soient 6719 formes), *Le Parisien* (112 articles soient 8819 formes).

<sup>13</sup> Le *Monde* (152 articles soient 13886 formes), *Libération* (161articles soient 28922 formes), *Le Figaro* (271 articles soient 24311 formes).



**Figure 1** : Répartition par type de presse



**Figure 2** : % par périodique

## 2. Cadrage conceptuel

L'analyse proposée s'inscrit dans une lignée de l'analyse de discours française (Maldidier 1990, Mazière 2005) dans ce qu'elle articule les formes de la langue au sens du discours à travers le travail de l'histoire, de la mémoire et de la culture. Différentes conceptions permettront d'analyser le corpus :

- à travers les procédés de *nomination* (Siblot 1998), nous montrerons que le choix de la désignation et les dires évoqués ne donnent pas seulement le point de vue du locuteur ; les dires donnent un *éclairage* (au sens de Grize 2005), une orientation pragmatique à la construction des représentations et des opinions. Cette analyse de discours sera appréhendée par une approche textométrique consistant, à partir des textes du corpus, à quantifier les formes et les unités lexicales et à faire émerger des matrices discursives.
- à travers la notion de *dialogisme* bakhtinien (1977, 1984) montrant que les mots sont toujours "habités", transportant avec eux des sens qu'ils ont acquis dans les situations où on les a rencontrés.
- à travers la notion de *formule* (Krieg-Planque 2009) qui est une expression « toute faite », « figée », des « locutions », des « slogans », de la « phraséologie à un moment de l'histoire où elle s'impose à la fois comme des passages obligés des discours et comme des objets polémiques dans l'espace public ». La *formule* cristallise le débat et condense des enjeux politiques et sociaux. Les enjeux et les problématiques du secteur touristique s'inscrivent tout à fait dans ce sillon.
- à travers la notion d'*énoncé généralisant* (Ali-Bouacha 1994) qui alimente le glissement vers la particularisation ou la généralisation pour construire une ligne argumentative.

Ces diverses notions et conceptions seront appréhendées au travers d'une approche descriptive et objectiviste visant à faire émerger des régularités voire des matrices discursives. Mayaffre (2012), dit au sujet de la textométrie<sup>14</sup>, qu'elle permet :

<sup>14</sup> Selon Fleury, « L'objectif principal de la *textométrie* est de compter des éléments (des *contenus* textuels) dans des ensembles (des *contenants* regroupant des unités élémentaires d'un texte ou des zones de texte couvrant un certain nombre ou un certain type d'unités élémentaires). Les *contenus* se réalisent sous la forme de ressources textuelles (une séquence de caractères organisée en phrases, en paragraphes etc.). Les *contenants* existent sous la forme de système de masques ou de calques que l'on peut définir sur les contenus. Il s'agit de systèmes

- « d'analyser un grand nombre de documents textuels que ni l'œil ni la mémoire ne sont capables de prendre en compte dans une telle marée de mots;
- de mettre en perspective les caractéristiques qui ne se révèlent que par rapport à un ensemble plus vaste;
- d'atteindre la précision, la systématique, l'exhaustivité ou l'objectivité nécessaire pour une description scientifique;
- d'ouvrir des voies de l'interprétation historique loin de celles induites par l'actualité contemporaine, nos *a priori*, nos sujets favoris puisque l'outil ne ressent lui ni préférence, ni aversion » (2012 : 14-16).

Nous utiliserons le *Trameur* qui outre le fait d'aborder le corpus sous l'angle de la segmentation (ventilation des unités, cooccurrences, segments répétés), de la concordance des formes, de décompte (carte des sections, Analyse Factorielle de Correspondances [AFC], analyses de spécificités), possède une trame déjà importée avec *Tree Tagger* et permet l'étiquetage morpho-syntaxique consistant à associer une étiquette à chaque mot permettant de croiser *formes*, *lèmes* et *classes grammaticales*.

### 3. Focale sur l'analyse contrastive de la figure du *touriste*

Une première entrée dans le corpus *via* une Analyse Factorielle de Correspondances [AFC] montre que les six journaux n'évoquent pas le *touriste* de la même façon. En effet, on peut dégager deux grands contrastes en étudiant la fréquence des formes, rappelons à ce titre que le principe de la textométrie consiste moins à faire émerger le *caractère habituel* d'une forme ou d'un groupe de formes par rapport à un *genre* que son *caractère exceptionnel* ou *inhabituel*.

Les deux périodiques régionaux bretons (*Ouest-France* et le *Télégramme*) semblent évoquer le *touriste* d'une manière assez semblable, leur situation dans le plan étant assez proche. Il n'en est pas de même pour *le Parisien*, qui bien qu'étant un périodique régional, se situe aux antipodes du plan, il faudra donc se rendre dans la matérialité textuelle des articles pour évaluer cette distance textométrique. On constate également que *le Figaro* et *Libération*, deux journaux d'opinion à dimension nationale, sont encore plus proches que les deux périodiques régionaux déjà mentionnés. La manière d'évoquer le *touriste* entraîne peu de différences entre les deux journaux, (on peut facilement imaginer que pour un sujet comme le *Mariage pour tous*, il y aurait eu un clivage beaucoup plus marqué et donc une distance dans le plan beaucoup plus importante).

---

d'annotations que l'on peut définir sur tout ou partie des zones textuelles, ces annotations constituant en retour des accès sur les parties textuelles qu'elles définissent (le marquage des phrases ou des paragraphes étant un exemple d'annotation particulier pour décrire un certain niveau de la structure du texte): <http://www.tal.univ-paris3.fr/trameur/>.

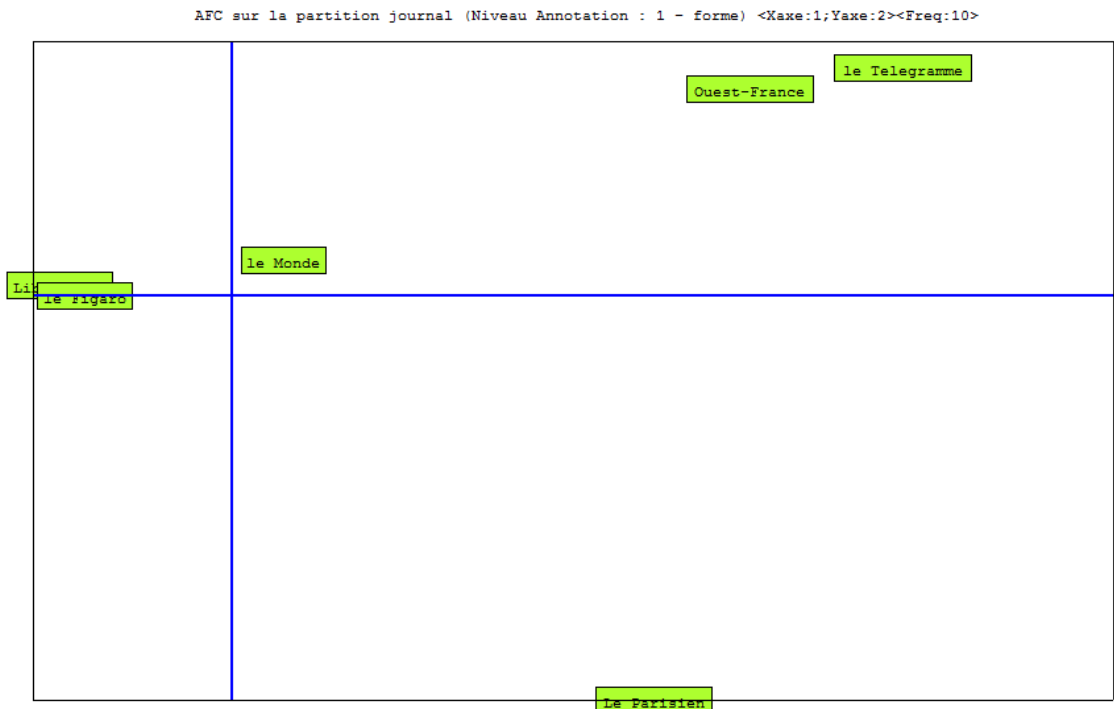


Figure 3 : AFC selon les périodiques

Cette première exploration (fig.4) présente la répartition par journaux du paradigme désignationnel du *touriste* que M.-F. Mortureux (1993) définit comme « la liste de syntagmes (en général nominaux, parfois verbaux) fonctionnant en coréférence avec un vocable initial dans un discours donné » tandis que la figure suivante (fig.n°5) se focalise sur les co-référents de *touriste* les plus présents quantitativement.

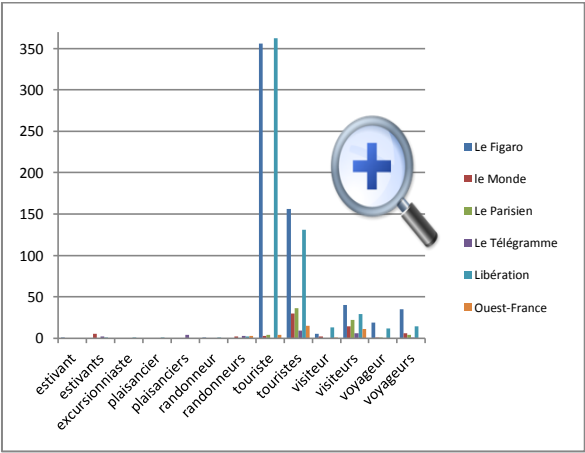


Figure 4 : Paradigme du touriste

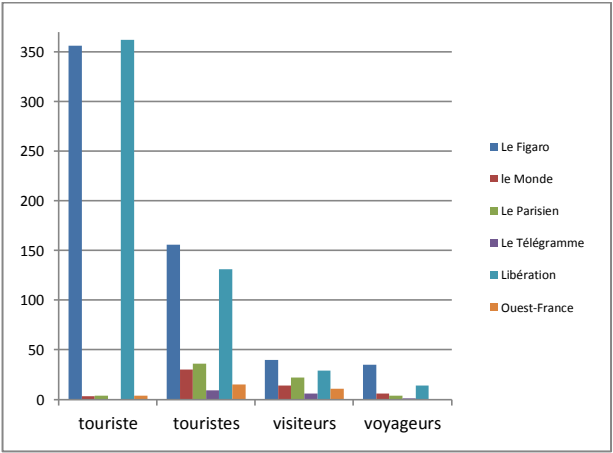


Figure 5 : Centration sur les 4 désignations les plus présentes statistiquement

3.1. Instabilité dans le sens des co-référents

Pour le journal *Le Monde*, *touriste* et *voyageur* dès lors que ce dernier forme un syntagme complément du nom (ex. 1) se construisent avec des sèmes différents. Ils peuvent cependant être repris par l'hyperonyme *visiteur* dès lors que l'auteur monte en généralité (ex. 2).

**Exemple 1, Le Monde**, le 15 janvier 2005.

Pour entrer aux États-Unis sans visa, il faut respecter certaines contraintes : le séjour est limité à quatre-vingt-dix jours, concerne les **touristes** et les **voyageurs d'affaires**. En revanche, les journalistes doivent demander un visa spécial, tout comme les étudiants. Et, dans une famille, chaque enfant doit avoir son propre passeport. Depuis le 30 septembre 2004, les **visiteurs** arrivant sur le sol américain, à l'exception des enfants de moins de 14 ans, doivent se faire photographier et donner leurs empreintes digitales aux services de l'immigration américains, qui stockent ces données dans le cadre du programme « US-Visit ».

**Exemple 2, Libération**, 8 juillet 2008,

Inscrite au patrimoine de l'Unesco en 1997, la vieille ville de Lijiang est envahie par les **touristes** et l'héritage de l'ethnie naxi est peu à peu détruit par les bars et les boîtes de nuit. [...] Dix ans après, les paysages alentour restent spectaculaires, mais comme la Grande Muraille ou Lhassa et son palais du Potala, Lijiang est en passe de devenir un parc d'attractions, un «naxiland» foulé chaque année par 5,3 millions de **touristes**. Les deux fleurons vantés par l'office de tourisme - l'ancienne imprimerie et le centre culturel - sont déserts et poussiéreux. Les **visiteurs**, en majorité des jeunes cols blancs de Shanghai, Pékin ou Chengdu, «viennent boire, manger et faire la fête toute la nuit», raconte le chercheur.

Dans d'autres emplois, (ex. 3, 4 et 5) *touriste* et *visiteur* peuvent également avoir une valeur synonymique

**Exemple 3, Le Monde** 3 avril 2008

Pire, les régions qui reçoivent le plus de **touristes** et de **visiteurs** sont les plus menacées à court terme par les changements climatiques provoqués principalement par les transports. En résumé, l'activité touristique scie la branche sur laquelle elle est assise. D'où la multiplication des initiatives visant à limiter les dégâts

**Exemple 4, Libération**, 15 octobre 2005, Voyages. Tchernobyl

L'épicentre de l'une des plus grandes catastrophes du XXe siècle attire désormais les **touristes**. Tchernobyl, sa centrale, son sarcophage et son église du XIe siècle. [...] Pendant que le groupe mitraille la barrière comme si on était à Checkpoint Charlie, des gardes vérifient la liste des **visiteurs**. On ne rentre pas impunément dans la zone. «C'est pour la sécurité de chacun», assure notre

guide, Serguei, un moustachu bourru mal remis de sa cuite de la veille. [...] Mais ses habitants n'y séjournent que deux semaines par mois ou quatre jours par semaine. «Le reste du temps, ils vivent en zone propre, pour se nettoyer.» Serguei accueille les «**touristes**» depuis plusieurs années, des écolos ou des ornithologues, des scientifiques ou des officiels. Il travaille dans la filiale de Chernobyl Interinform, un bâtiment d'un étage avec bureaux, chambres et cartes de la zone. C'est ici que les **visiteurs** se «mesurent» en montant sur un anthropogammamètre d'un autre temps, sorte de pèse-personne qui vérifie l'irradiation. [...] Au total, je pense que nous avons 3 000 à 4 000 **visiteurs** par an», estime son sous-directeur, Vladimir Tichenko. Mais l'entreprise ne fait pas le distinguo entre les vrais **touristes**, les visiteurs, les scientifiques, les journalistes ou les délégations officielles.

**Exemple 5, Libération, 15 septembre 2011.**

Qu'il s'agisse de grands monuments qui attirent une foule de **visiteurs** ou de **touristes** de bâtiments restaurés sans finalité déterminée, le même effet de banalisation se poursuit avec l'accumulation de tous ces biens patrimoniaux dont la fonction originariaire ne peut être maintenue au nom du seul respect de l'authenticité historique.

Certains lexèmes sont porteurs de jugement, c'est notamment le cas de *Touriste* qui, dans de nombreux cas, reçoit un écho négatif (cf. construction *infra*) par une tournure définitionnelle et explicative (ex. 6 et 7) : « *Un touriste, c'est...* ». L'accent est mis sur un sème négatif (celui qui consomme, celui qui a une image passéiste) plutôt que sur un sème positif (découverte, expérience unique, poésie du voyage...).

**Exemple 6, Le Figaro 20 juin 2011**

Les **touristes**, dit-elle «ne **sont** plus **voyageurs** mais des consommateurs» confirme l'anthropologue.

Dans cette construction avec *mais*, on constate que cette conjonction de coordination est asymétrique donnant une force argumentative supérieure au second terme (consommateur) plutôt qu'au premier (voyageur).

**Exemple 7, Libération 13 janvier 2012**

Et ils devront se creuser la tête car les **voyageurs** occidentaux ne **sont** plus les **touristes** d'hier, ces nouveaux **voyageurs sont** en quête d'« expériences nouvelles uniques », ils délaisseront les traditionnelles vacances à la plage fly and flop (avion-plage). Il faudra leur incorporer des éléments culturels, éducatifs, de développement personnel, de l'authenticité et répondre aux besoins variés d'une famille comptant plusieurs générations.



### 3.2. Construction généralisante de la figure du(des) *touriste(s)*

Prenant appui sur la figure n°5, on constate que *Le Figaro* et *Libération* utilisent très majoritairement la forme au singulier (336 oc. pour la forme au singulier contre 156 oc. pour la forme au pluriel pour *Le Figaro* et 362 pour la forme au singulier contre 131 oc. pour la forme au pluriel pour *Libération*). Cet emploi massif de la forme au singulier renvoie à un énoncé généralisant<sup>15</sup> (Ali-Bouacha 1994) à valeur définitoire. Des caractéristiques sont attribuées à une classe d'individus exprimées avec un degré de généralité maximal. La force de généralisation est accentuée par une thématisation et une focalisation: actualisation sing. (un/le/du)+ subst.+ pronom +foc.

**Exemple 8, Libération, 1 avril 2006,**

Le **touriste**, par exemple, on va **lui** faire très vite comprendre qu'il ne doit pas venir en voiture.

**Exemple 9, Libération, 22 mai 2013**

Il a l'allure d'un **touriste** bien plus que d'un rat de bibliothèque ou de laboratoire.

**Exemple 10, Le Figaro, 1 novembre 2005**

Quand le **touriste** se déclare «solidaire», il fait une erreur.

**Exemple 11, Le Figaro, 14 avril 2009**

Les Baléares et l'archipel des Canaries sont les destinations les plus prisées du **touriste chinois**.

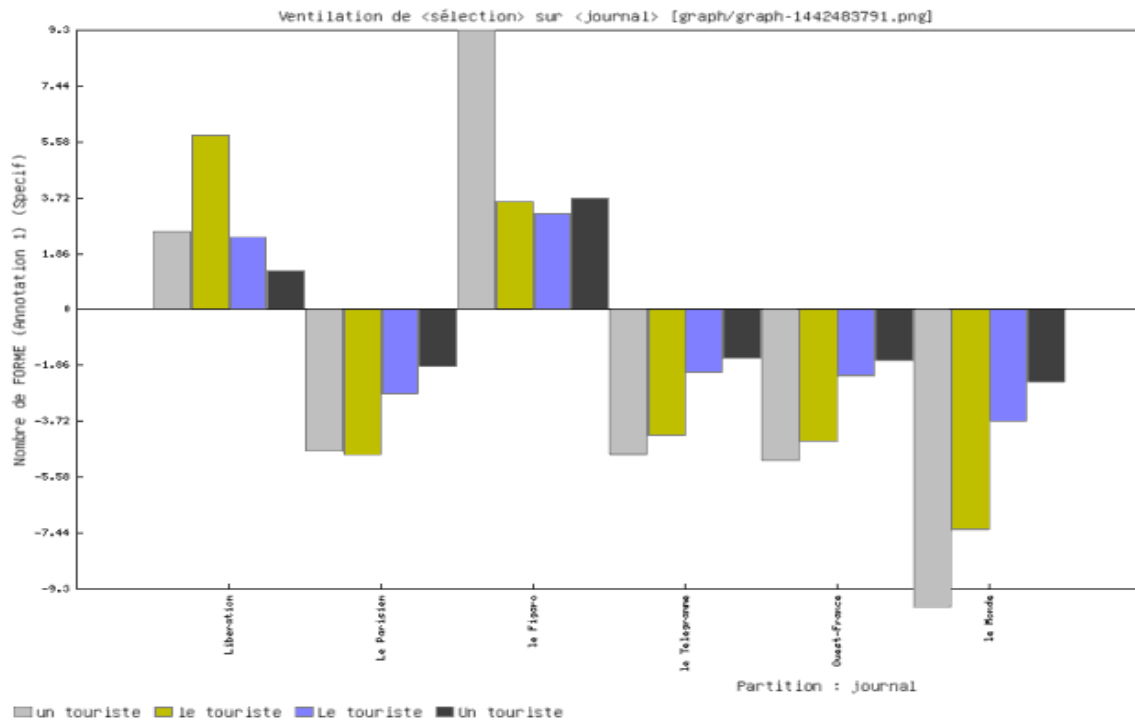
Cette construction au singulier renvoyant à un énoncé généralisant est non seulement très présente mais spécifiquement positive<sup>16</sup> dans *Le Figaro* et *Libération* alors qu'elle est spécifiquement négative<sup>17</sup> pour *Le Monde*, *Ouest-France*, *le Télégramme* et *le Parisien* (cf. fig. 6).

---

<sup>15</sup> Les énoncés qui généralisent distinguent les "énoncés génériques" des "énoncés généralisants" d'après la conception d'A. Ali-Bouacha (1994). Selon lui : « un énoncé générique vaut pour tous les membres d'une classe sans introduire de discrimination entre ses membres ; il donne l'exemple suivant : "la baleine est un mammifère" (p. 312-313), il s'agit d'une connaissance partagée par tout le monde. Un énoncé généralisant ne vaut pas, par conséquent pour tous les membres d'une classe sans introduire de discrimination entre ses membres. Il propose également un exemple : "un enfant agressif est souvent un enfant malade" (p. 312-313), il s'agit d'une connaissance partagée par un seul homme.

<sup>16</sup> Une spécificité est dite positive quand pour un seuil de spécificité fixé, une forme x et une partie y données, la forme x est dite spécifique positive de la partie y si sa sous-fréquence est "anormalement élevée" dans cette partie.

<sup>17</sup> Une spécificité est dite négative quand pour un seuil de spécificité fixé, une forme x et une partie y données, la forme x est dite spécifique négative de la partie y si sa sous-fréquence est anormalement faible dans cette partie.



**Figure 6 :** spécificités positives et négatives du touriste au singulier

À la forme plurielle, on met l'accent sur une classe d'individus (+ nationalité) construite avec l'auxiliaire *être*. Cette construction prend alors une *dimension essentielle* (cf. exemples 12 et 13) :

**Exemple 12, Le Parisien**, 9 mars 2010, Vacances en France : tous les séjours sur un seul site Web

**Les touristes européens sont séduits par** la France et sont très demandeurs d'adresses authentiques que ne proposent pas forcément les grands tour-opérateurs.

**Exemple 13, Ouest-France**, Faits divers, 11 février 2010, Les trois Français toujours retenus au Brésil.

La justice brésilienne n'a toujours pas décidé du sort de Michel, 64 ans, Emilie, 54 ans, et Antonio, 60 ans. Ces **trois touristes français sont** accusés d'avoir provoqué une rébellion à bord de l'avion qui devait les ramener à Paris après une croisière dans l'Atlantique.

Au-delà de la *dimension essentielle* de l'énoncé avec l'auxiliaire *être*, la construction du syntagme nominal à la troisième personne du pluriel avec un verbe au présent prend une *dimension universelle* :

**Exemple 14, Le Monde** 10 Juin 2009

Deux pionniers du tourisme, et pas des moindres, participent à la création de cette adresse entièrement tournée vers les congés dans nos frontières. « J'ai

commencé ma carrière en pensant que **les touristes français aiment sortir de l'Hexagone**, mais je pense qu'aujourd'hui, avec la crise, il y a une réelle attente pour des destinations en France », explique Jacques Maillot, fondateur de Nouvelles Frontières.

**Exemple 15, Le Monde**, 25 mars 2008

Il s'agit, entre autres, de mettre un terme à l'impunité dont bénéficient les **touristes allemands ou britanniques qui, sur les autoroutes françaises, roulent trop vite**. « Aujourd'hui, il suffit de passer la frontière pour échapper aux sanctions, dénonce M. Barrot. Cette situation limite l'acceptation des contrôles par les résidents. »

Du point de vue syntaxique (cf. fig. n°7 et 8), il est intéressant de constater que c'est dans la presse nationale que le syntagme désignant le *touriste* est très largement thématisé<sup>18</sup> en position initiale de sujet<sup>19</sup>, (cf. exemples 8, 10, 14, 15, 16) là où il est auteur de l'action prédicative.

**Exemple 16, Le Figaro**, Faits divers, 11 février 2010, Les trois Français toujours retenus au Brésil.

Ces **trois touristes français sont** accusés d'avoir provoqué une rébellion à bord de l'avion qui devait les ramener à Paris après une croisière dans l'Atlantique.

Et inversement, c'est dans la presse régionale que le syntagme désignant le *touriste* est en position d'objet du verbe, de destinataire de l'action<sup>20</sup>.

**Exemple 17, Le Télégramme**, 19 mars 2012, France is Beautiful

A quelques mois de l'ouverture des Jeux olympiques, qui auront lieu à Londres du 27 juillet au 12 août, la Bretagne, la Normandie et les Pays de la Loire lancent ensemble, à partir du 18 mars, une opération de séduction en direction des **touristes britanniques**.

Cette construction syntaxique semble impliquer en creux une prise de position différente entre PQR et PQN sur notre objet. Les exemples tendent à montrer que la PQN aborde très largement les problématiques centrées sur l'acteur, c'est-à-dire sur le touriste alors que, la

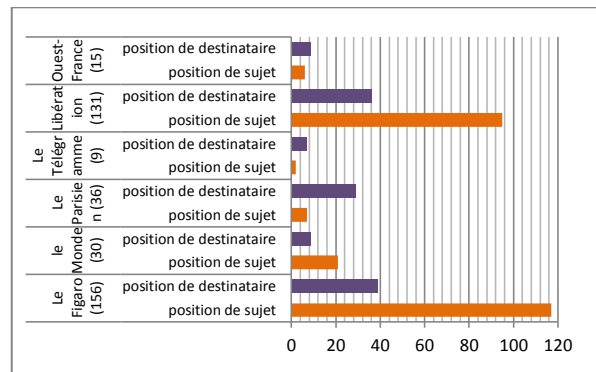
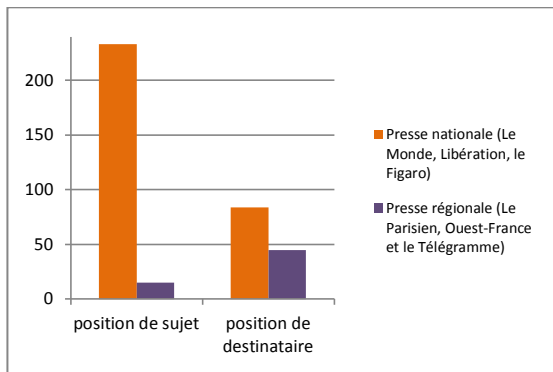
---

<sup>18</sup> Déjà en 1988, Cadiot et Fradin exprimaient leurs difficultés à définir le *thème* (et a fortiori la *thématisation*) : « La notion de thème est problématique dans la mesure où elle apparaît à la fois indispensable et impossible à conceptualiser » (1988 : 5). Plus tard en 1994, Riegel et al., « Force est de constater que le sujet grammatical, le premier actant du verbe, l'argument initial du prédicat exprimé par ce même verbe et le thème de la phrase énoncée sont quatre réalités distinctes. Si leurs affinités réciproques font qu'elles sont souvent réalisées par un seul et même constituant, cette coïncidence peut se défaire sous la pression de divers facteurs communicatifs qui exploitent des servitudes et des latitudes grammaticales » (1994 : 131).

<sup>19</sup> On compte 233 occurrences du syntagme désignant le touriste dans la presse nationale en position de sujet contre 84 en position d'objet.

<sup>20</sup> On compte 45 occurrences du syntagme désignant le touriste dans la presse régionale en position d'objet contre 15 occurrences en position de sujet.

PQR aborde davantage l'analyse (ou le récit) centré sur les conséquences (au sens large) du touriste à l'intérieur d'un modèle économique.



**Figure 7:** figure du sujet en position de sujet ou d'objet **Figure 8:** position sujet ou objet selon les titres

### 3.3. Le touriste en acte ?

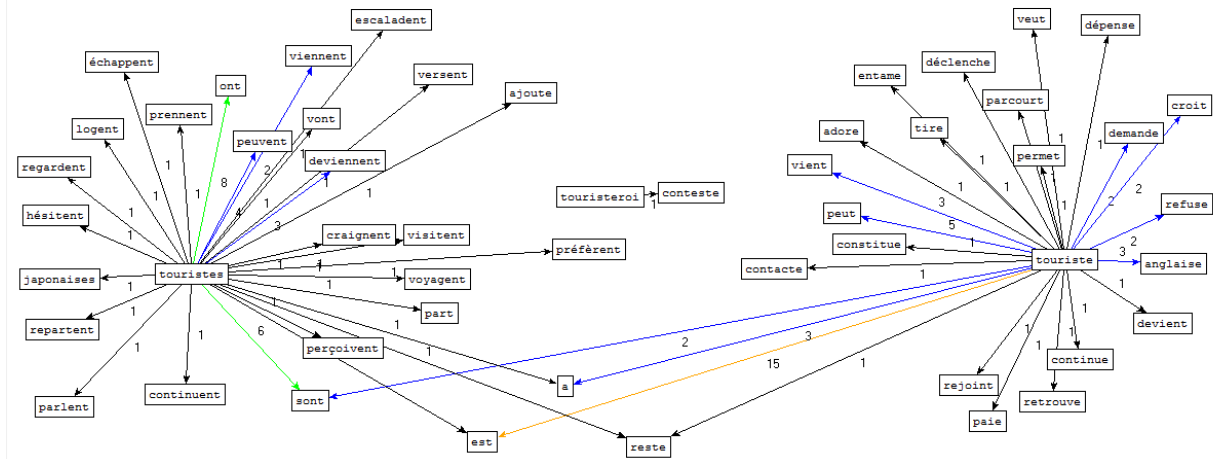
À la position en tant que sujet ou en tant qu'objet de la figure du touriste, il faut également porter une attention au sémantisme des verbes qui actualisent, qualifient cette figure et qui, de ce fait, participe à construire des représentations assez stables pour une époque donnée.

**le/un touriste:** est (15), peut (5), a, vient (3) croit, demande, refuse (2), adore, constitue, contacte, déclenche, dépense, devient, entame, paie, parcourt, rejoint, reste, retrouve, veut (1).

**les /des touristes** sont (8), ont (7), peuvent, viennent (5), contestent, ajoutent, continuent, craignent, échappent, hésitent, logent, parlent, regardent, repartent, versent, visitent, vont, voyagent (1).

On présente majoritairement *le touriste* à travers des formes qui l'essentialisent (*être*), qui le modalisent (pouvoir) dans une posture plutôt passive et subissant l'action (cf. fig 8). Peu de verbes exprimant l'action, la contestation ou la remise en cause sont mobilisés. Les seuls verbes d'actions sont des verbes de mouvement (parcourt, repartent, visitent, vont, voyagent). En revanche, pour la forme plurielle, les verbes qui essentialisent (*être*) et qui attribuent (avoir) sont immédiatement suivis des verbes de mouvement tel que *aller*, *venir* (cf. fig 10). La construction au singulier vs plurielle apporte par conséquent des éclairages différents sur la manière dont on parle du *touriste* en tant que catégorie économique ou sociale.

Patron ( NCM VER\_pres ) | Annotation : 1 | Motif : touriste  
 bleu: (1cFq<8) | vert: (5cFq<10) | orange: (10cFq<20) | rouge: (20cFq)



**Figure 9: touriste et touriste + forme verbale**

Nous avons également souhaité réaliser une exploration complémentaire en nous centrant sur la construction du (des) *touriste(s)* actualisée (avec adjectif post-posé) + *verbe* de façon à dresser une esquisse de typologie qui mériterait d'être complétée avec d'autres journaux.

<b>le/un touriste</b>	
Aisé	est
allemand	est, fait, meurt
brésilien	sont
Chinois	dépense, doit
Etranger	est,
américain	utilise
britannique	a
Français	a, est, affirme, insiste
Indien	a, claque,
espagnol	est,
européen	a,
occidental	est,
russe	a,

<b>les /des touristes</b>	
américains	boudent, cherchent
asiatiques	ont, figurent, arrêtent
brésiliens	sont, dérapent
britanniques	sont
chinois	ont, sont
étrangers	peuvent
européens	raffolent
français	font, sont, ont
grecs	sont
russe	préfèrent

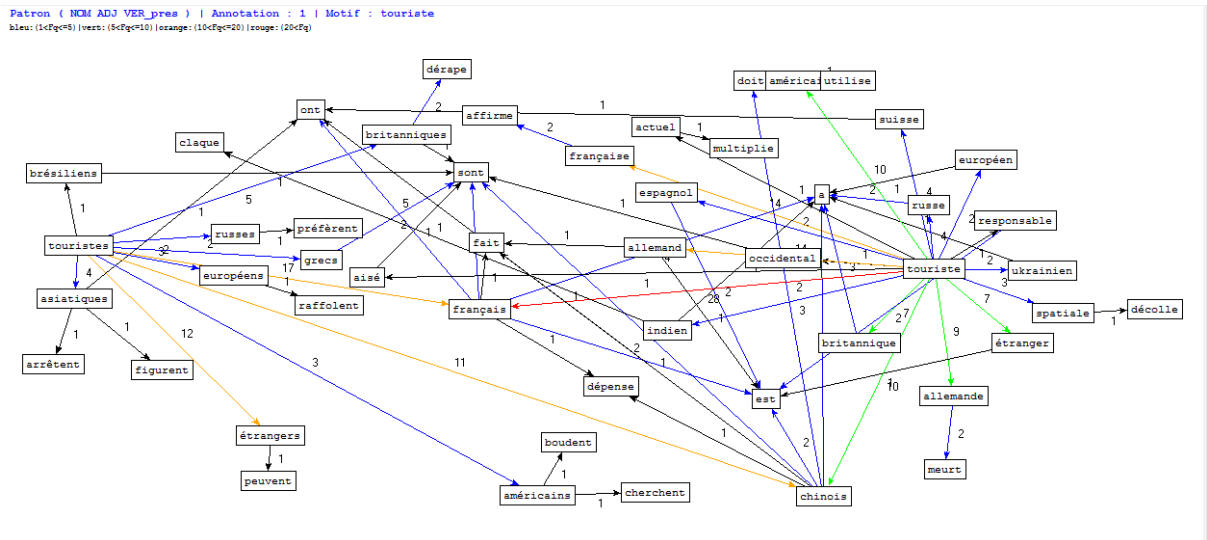


Figure 10: configuration de *Touriste et touristes + Adjectif + verbe au présent*

3.4. Le *touriste* n'est jamais seul,

Enfin, outre la quantification dénombrant le touriste (cf. ex. n°18) avec des déterminants numéraux, on constate que ce dernier apparaît également sous forme de déterminants massifs (groupe de, masse de, nombre de, afflux de, foule de) principalement dans deux journaux (*Le Figaro* et *Libération*) mettant l'accent sur la construction de groupe adoptant un comportement similaire et gommant ainsi toute singularité (cf. graphe n°10).

**Exemple 18, Le Monde 21 juin 2007**  
 2 touristes italiens sont..., une quinzaine de touristes sont restés bloqués

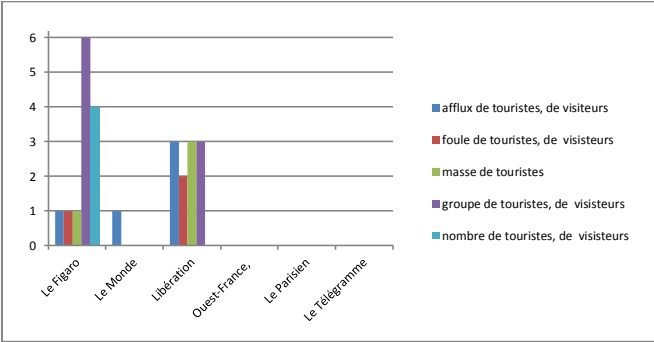


Figure 11 : Répartition de Nom massif + touriste selon les titres

4. Focale sur les formes de *discours autres* qui traversent la figure du *touriste*

Outre les constructions syntaxique et sémantique de ce segment à travers notamment des opérations de désignation, de qualification et de quantification, d'autres opérations discursives transcendent le corpus. On constate que la figure du *touriste* est traversée par des extérieurs linguistiques *via* des configurations qui montrent la présence d'un discours *autre* dans la

lignée des travaux menés par et autour de M. Pêcheux, mais aussi de ceux de Bakhtine et plus récemment de J. Authier-Revuz (1995).

Dans l'exemple 19, le journaliste évoque une forme de tourisme émergente: celle portant sur l'après-catastrophe et au travers des dires de l'interviewé, apparaît une forme de mise à distance [Serguei accueille les «touristes»] construit comme un "îlot textuel" avec guillemets (Authier-Revuz)<sup>21</sup>. Cette opération discursive illustre le partage des propriétés particulières du signe (même signifié mais signifiant différent) et participe ainsi à jeter le discrédit sur la figure d'un nouveau type de touriste.

**Exemple 19, Libération**, 15 octobre 2005, Voyages. Tchernobyl

Il n'est pas du tout déserté, comme en attestent les maisons coquettes avec leurs petits rideaux en dentelle. Mais ses habitants n'y séjournent que deux semaines par mois ou quatre jours par semaine. «Le reste du temps, ils vivent en zone propre, pour se nettoyer.» Serguei accueille les «touristes» depuis plusieurs années, des écolos ou des ornithologues, des scientifiques ou des officiels.

L'"îlot textuel" portant sur la figure du touriste est également présent dans l'exemple 20. Le discrédit porté sur la catégorie *touriste* dans sa portée la plus généralisante (article indéfini) est accentué par une construction attributive (*devenir touriste*) qualifiée également négativement (*sale impression*).

**Exemple 20, Le Figaro** 31 mai 2010, Une «réalité instantanée»

Encouragé par James Dean, il photographiait la rue, son terrain de chasse.  
(B. Ollier)

De la rue, déjà son terrain de chasse, Hopper était passé aux portraits, artistes pop de sa génération et copains de cinéma saisis à Los Angeles ou sur les tournages. Malgré la reconnaissance, il arrête, «saturé, j'avais la **sale impression de devenir un «touriste»**, je dormais avec mon appareil».

La figure du touriste renvoie également à un imaginaire constitué de représentations subjectives et globalement peu mélioratives en opposant *voyageur* (ou non-touriste) ayant une axiologie positive à *touriste* ayant une axiologie négative puisqu'il s'agit du comportement d'individus dont il faut s'éloigner, même si le locuteur fait bien partie de cette catégorie (exemple 22).

**Exemple 21, Le Figaro**, 11 avril 2009, p. 28 Entre nous et vous, Ne suivez pas le guide (S. Le Fol)

---

<sup>21</sup> Dans le prolongement des travaux de Josette Rey-Debove sur le *Métalangage naturel* (1978), Jacqueline Authier-Revuz (1987, 1992, 1996, 1992) consacre une grande partie de ses travaux aux formes de «représentation d'un discours autre» dans le discours et propose (1992 : 41) une typologie qui répartit en trois catégories les diverses formes de discours rapporté: formes marquées et univoques (discours direct, discours indirect, modalisation en discours second), formes marquées exigeant un travail interprétatif (segments relevant d'une modalisation autonymique marqués par des guillemets, par des italiques ou par une certaine intonation [îlot textuel]) et formes purement interprétatives (discours direct libre, discours indirect libre, citations cachées, allusions).

En le lisant, le globe-trotteur doit pouvoir se dire : « Ce guide a été conçu pour moi seul. » **Car la préoccupation première de ce voyageur est de ne surtout pas apparaître comme un touriste.**

Même s'il est en train de se faire photographier, à l'instar de centaines de « non-touristes » comme lui, devant les pyramides égyptiennes ou la Tour de Pise.

« Pointu et capricieux, le voyageur d'aujourd'hui n'a qu'une obsession : **ne surtout pas apparaître comme un touriste** ».

**Exemple 22, Le Monde**, le 21 juin 2009

Ainsi, c'est au mois de mars ou d'avril qu'on peut profiter du calme relatif des ruelles de Venise pour s'y ressourcer dans le cadre d'un weekend spa... et les **appréhender autrement qu'en touriste parmi les touristes.**

Le touriste constitue également un point de référence à partir duquel on peut se situer en mobilisant des termes qui sont toujours des termes d'autrui, des termes déjà utilisés et qui se sont chargés de sens au fil des différentes configurations discursives (c'est en ce sens que M. Bakhtine considère que le sujet est toujours interrelationnel et donc fondamentalement dialogique<sup>22</sup>). L'exemple ci-après montre très clairement que la comparaison entre le touriste français et le touriste chinois fait l'objet d'une construction de préjugés dévalorisant le touriste chinois dans son acte d'achat.

**Exemple 23, Libération**, 22 février 2008, Tout s'achète au musée

Thomas Greneau préfère utiliser l'expression « produits clin d'œil » :

«**On ne vend pas à des jeunes Français comme on vend à un touriste chinois.**» A la boutique du Palais de Tokyo, on assume : « Ici, de toute façon, on ne suit pas l'exposition présente dans le musée, on fait nos propres expositions, et nos clients, ce sont les mêmes qui fréquentent le restaurant : des designers, des gens qui travaillent dans la mode. »

Une autre forme dialogique dans l'exemple suivant: les attentats du 2001 aux États-Unis ont fait évoluer la conception du *touriste* à la fois en tant que cible et en tant que valeurs qu'il représente.

**Exemple 24, Le Figaro**, 26 juillet 2005,

Comment le nouvel ordre mondial engendré par les attentats de 2001 aux États-Unis a influé sur le tourisme (S. Tesson)

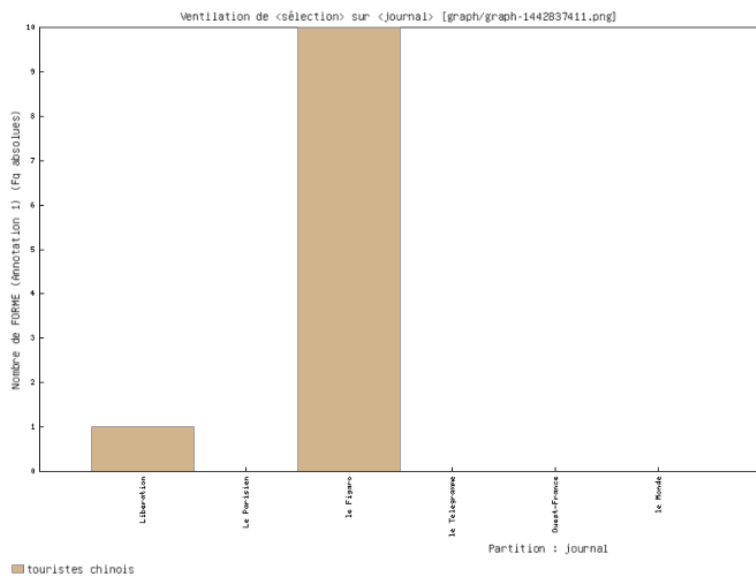
Les événements de New York auront inauguré une nouvelle ère pour le tourisme mondial. Les soubresauts qui secouent la tranquillité du monde depuis qu'il est « devenu moins sûr » - pour reprendre la rhétorique du Département d'État américain - ont créé une victime collatérale que son statut privilégié empêche de trop plaindre : le touriste. Cible parfaite, celui-ci concentre dans sa nature même et sous sa chemise à fleurs tous les griefs dont un fondamentaliste peut charger l'Occident : arrogance, opulence, volonté de jouissance.

---

<sup>22</sup> BAKHTINE, M. (1970), *La poétique de Dostoïevski*, Paris, Seuil.



Enfin, notre attention s'est fixée sur le segment répété « touriste(s) chinois » (cf. fig. 13), qui semble fonctionner comme une *formule* (Krieg-Planque 2009), un slogan figé dans le discours touristique contemporain. Le « touriste chinois » cristallise le débat, condense des enjeux politiques et sociaux car il est au cœur d'un paradoxe : rendre démocratique l'accès à la culture pour tous et par conséquent celui plus mercantile d'une rentabilité des sites et des monuments, et l'inquiétude que provoquent la dégradation ou la disparition de certains sites par la fréquentation toujours plus croissante de hordes de touristes sur les sites naturels ou historiques. Trois principales valeurs émergent dès lors que le *touriste chinois* est évoqué dans *Libération* mais surtout dans *Le Figaro* : celle portant sur le tourisme de masse (exemples n°25, 26, 28, 29, 32 et 35) intéressé par le vieux continent (exemples n°27 et 28), celle portant sur sa capacité à dépenser (en espèce) pour rapporter des souvenirs (exemples n°32) et celle portant sur le danger qu'ils représentent (exemples n°31 et 34).



**Figure 12** : répartition de *touriste chinois* par titre

#### **Exemple 25, Libération, 23 août 2014,**

Cela a valu au ministre de devoir, sans grand succès, accueillir des **touristes chinois** à l'aéroport de Roissy. Cette collusion entre la diplomatie, le commerce et la promotion touristique a pour effet de livrer une nouvelle image des nations. La France, comme l'Italie ou l'Espagne, est prise dans un devenir-marque qui assimile un pays à ce que pourrait en dire une agence de voyage. La marque France se vend bien, mais de quoi est-elle faite sinon des hauts faits d'une nation qui a autrefois dominé le monde ?

#### **Exemple 26, Le Figaro**

On prévoyait une déferlante de **touristes chinois** en Europe. Ce ne sera qu'une simple vague de quelques centaines de milliers.

**Exemple 27, Le Figaro** le 15 juin 2005

Effectivement, il devrait y avoir, d'après le Cabinet Protourisme, en 2005 autant de **touristes chinois** à visiter la France qu'en 2004, soit autour de 350 000 personnes

**Exemple 28, Le Figaro**, 18 août 2014

Plus généralement en Europe, 1,7 million de **touristes chinois** a visité l'espace Schengen. Ils privilégient l'Allemagne, la France et la Suisse.

**Exemple 29, Le Figaro**

L'agence Ansel située sur les Champs-Élysées et spécialisée dans la réception de **touristes chinois** en Europe. Parmi les produits proposés : un circuit en Benelux,

**Exemple 30, Le Figaro**

Car les habitudes de consommation et le goût des touristes chinois sont parfois inattendus.

**Exemple 31, Le Figaro**

L'office du tourisme de Paris le reconnaît que la sécurité des **touristes chinois** est un réel sujet.

**Exemple 32, Le Figaro** 13 juin 2013

Les malfaiteurs savent bien que les **touristes chinois** viennent en Europe avec beaucoup de devises en liquide. A Paris, 550 000 arrivées de touristes chinois ont été recensées en 2012, soit 15% de plus qu'en 2011.

**Exemple 33, Le Figaro** 6 février 2013

En 2013-2014 un million de **touristes chinois** sont attendus en France pour acheter maroquinerie, parfums, bijoux

**Exemple 34, Le Figaro** 7 octobre 2013

une image française déjà ternie ces derniers temps par une série d'agressions sur des **touristes chinois**.

**Exemple 35, Le Figaro** 9 septembre 2011

Las Vegas poussent comme des champignons, la folie du jeu de millions de **touristes chinois** fait exploser les prévisions de chiffre d'affaires les plus optimistes.

## En guise de conclusion

Pour reprendre les éléments les plus saillants de cette étude, on constate que la figure du *touriste* est effectivement abordée d'une manière subjective dans sa construction (emploi majoritaire de la forme au singulier renvoyant à un énoncé à portée généralisante, emploi avec une quantification, emploi avec des déterminants massifs *groupe de, masse de, nombre de, afflux de, foule de* gommant ainsi toute forme de singularité et tournure définitionnelle avec un sème négatif : « *Un touriste, c'est...* »).

Parler d'un *touriste* dans la presse c'est donc renvoyer un individu à une classe d'individus, à une communauté dont le comportement peut être stigmatisé voire stéréotypé. Pourquoi ne trouve-t-on que si peu d'occurrences neutres ou favorables au *touriste* dans cette exploration ? Sont-ils plus méchants, bêtes, grégaires, incultes que le touriste qui cesse d'être touriste dès lors qu'il rentre chez lui et qu'il reprend son statut de citoyen ordinaire ?

Enfin avant de procéder à cette analyse centrée sur le segment du *touriste*, nous pensions trouver d'une manière significative ce segment ancré dans le contexte contemporain, en lien avec la notion d'*éco-touriste* ou de *tourisme durable* par exemple mais il n'en est rien puisque le discours porté sur *le touriste* n'évoque pratiquement pas ces notions sur une période de 10 ans. S'agit-il de notions tellement évidentes et présentes en creux dans les équipements et aménagements touristiques que les opérateurs institutionnels n'éprouvent plus le besoin de les faire figurer dans leur communication ?

## Bibliographie

ALI BOUACHA A., « l'énoncé généralisant : statut et enjeux », in Christian Plantin (dir.), 1993, p. 312-322.

ALI BOUACHA A., « La question générique : statut linguistique et enjeu discursif », p. 279-289, in MOIRAND S., ALI BOUACHA A., BEACCO J.-C., COLLINOT A. (dir.), *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Berne, Peter Lang, 1994.

AUTHIER-REVUZ J., « Modalité autonymique et pseudo-anaphore déictique », in *Cahiers de Lexicologie*, n°51, 1987-2, p 19-37.

AUTHIER-REVUZ J., *Ces mots qui ne vont pas de soi : Boucles réflexives et non-coïncidences du dire*, Ed. Larousse, Paris, 1995, 2 vol., 839 p.

BAKHTINE M. M./VOLOSHINOV, V. N., *Le marxisme et la philosophie du langage*, Paris, Minuit, 1977 [1929].

BRANCA-ROSOFF S., « La sémantique discursive du mot quartier à l'épreuve du corpus Frantext (XII<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles) », *Langage et société*, 96, 2001, p 45-69.

CADIOT, P., & FRADIN, B. (éds) *Langages*, 78, « Le thème en perspective », Paris, Larousse, 1988.

FOUCAULT M., *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque des sciences humaines », 1969.

GRIZE J.-B., « Éclairage », p 22-25, dans GRIZE J.-B., *Un signe parmi d'autres*, Hauterive, Suisse, Éditions Gilles Attinger, 1992.

JOCARD L.-M., *Tourisme et l'action de l'État*, coll. L'administration nouvelle, 1966.

KRIEG-PLANQUE A., *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009.

MALDIDIER D., *L'inquiétude du discours. Textes de Michel Pêcheux*, Paris, Éditions des Cendres, 1990.

MAYAFFRE D., *Nicolas Sarkozy, Mesure et démesure du discours (2007-2012)*, Presses de Sciences-Po, Paris, 2012.

MAZIÈRE F., *L'analyse du discours. Histoire et pratiques*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je, 2005.

MOIRAND S., « Le choc des discours dans la presse française : la crise des banlieues de novembre 2005 et la crise des universités de mars 2006 » p 35-76, dans *Explorations and Encounters in French*, Université d'Adelaide, Australie, 2010 (traduction en espagnol dans la revue en ligne *Discurso y Sociedad*).

MORTUREUX M.-F., « Paradigmes désignationnels », *Semen* [En ligne], 8 | 1993, mis en ligne le 06 juillet 2007.

RIEGEL M, PELLAT, J.-C. et RIOUL R, *Grammaire méthodique du français*, Quadrigue PUF,

2007.

SINCLAIR J. *Preliminary recommendations on Corpus Typology*, Rap. tech., EAGLES (Expert Advisory Group on Language Engineering Standards), may 1996.

SIBLOT P., « Nomination et production de sens : le praxème », *Langages* 127, 1997, p 38–55.

SIBLOT P., « Nommer, c'est déjà prédiquer », *Cahiers de praxématique*, 30, 1998, p 37-54.

SIBLOT, P., « De la dénomination à la nomination », *Cahiers de praxématique*, 36, 2001, p 189-214.

SIBLOT P., « Variations sur un thème qui « toujours déjà » prédique » in Les opérations de thématization en français, *Cahiers de praxématique* 30, 1998, p 28-41.

VOLOSHINOV V. N., « La structure de l'énoncé » p 287-316, in TODOROV T., BAKHTINE M., *Le principe dialogique. Suivi de Écrits du Cercle de Bakhtine*, Paris, Seuil, 1981 [1930].