

La polarité négative dans le discours touristique français. Marqueurs adjectivaux et nominaux

Mercedes EURREUTIA CAVERO

Universidad de Murcia

mercedes.eurrutia@um.es

<https://orcid.org/0000-0003-1653-5635>

Aránzazu GIL CASADOMET

Universidad Autónoma de Madrid

aranzazu.gil@uam.es

<https://orcid.org/0000-0003-2339-7429>

Resumen

Apoyándonos en la teoría según la cual la subjetividad se considera gradualmente en términos de propiedades como la afectividad, la evaluación o la objetividad (Kerbrat-Orecchioni, 2008), nos proponemos como objetivo demostrar si ciertas voces adjetivales y nominales, marcadores de polaridad negativa en determinados contextos y sectores lo son también en el ámbito turístico. El análisis realizado (datos contextuales y cotextuales) a partir de un corpus de documentos auténticos en línea, nos permitirá determinar la contribución de dichas voces como marcadores subjetivos de polaridad, positiva o negativa, en dicho sector, replantear su contribución al análisis de estereotipos de pensamiento (Palma, 2006) y redefinir su función como recurso persuasivo determinante, en ciertos casos, en la elección de un potencial destino turístico.

Palabras clave: marcadores de subjetividad, polaridad negativa, voces adjetivales y nominales, discurso turístico francés.

Résumé

Partant de la théorie selon laquelle la subjectivité est progressivement considérée en termes de propriétés telles que l'affectivité, l'évaluation ou l'objectivité (Kerbrat-Orecchioni, 2008), nous nous proposons comme objectif de démontrer si certaines voix adjectives et nominales, marqueurs de la polarité négative dans certains contextes et secteurs jouent ce même rôle dans le domaine du tourisme. L'analyse effectuée (données contextuelles et cotextuelles) à partir d'un corpus de documents authentiques en ligne, nous permettra de déterminer l'apport de ces voix comme marqueurs subjectifs de polarité, positive ou négative, dans ledit secteur, de reconsidérer leur contribution à l'analyse des stéréotypes de pensée (Palma, 2006) et de redéfinir leur fonction comme ressources de persuasion déterminantes, dans certains cas, dans le choix d'une destination touristique potentielle.

Mots clés : marqueurs de subjectivité, polarité négative, voix adjectivales et nominales, discours touristique.

* Artículo recibido el 10/04/2022, aceptado el 25/09/2022.

Abstract

Based on the theory according to which subjectivity is gradually considered in terms of properties such as affectivity, evaluation or objectivity (Kerbrat-Orecchioni, 2008), we propose as an objective to demonstrate if certain adjective and nominal voices, markers of negative polarity in certain contexts and sectors, they are also in the tourism field. The analysis carried out (contextual and contextual data) from a corpus of authentic documents online, will allow us to determine the contribution of these voices as subjective markers of polarity, positive or negative, in said sector, rethink their contribution to the analysis of stereotypes of thought (Palma, 2006) and redefine its function as a decisive persuasive resource, in certain cases, in the choice of a potential tourist destination.

Keywords: subjectivity markers, negative polarity, adjectives and nominal voices, tourist discourse.

1. Introduction

Dans *La science et l'hypothèse*, Henri Poincaré (1917 : 58) écrit : « Il n'y a pas d'espace absolu, nous ne concevons que des mouvements relatifs [...] ». En effet, le principe de relativité compris par Galilée, puis calculé par Lorentz et interprété par Poincaré avant de connaître deux versions finales, relativité restreinte et relativité généralisée, découvertes par Einstein, trouve son application dans le domaine linguistique. Il va de soi que toute unité lexicale est, en un sens, subjective, puisque les « mots » de la langue ne sont jamais que « des symboles substitutifs et interprétatifs des choses » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 44). Contre l'illusion « isomorphiste », la linguistique démontre que les productions discursives qu'autorisent les langues, au niveau général, ainsi que dans les domaines de spécialité comme le tourisme, découpent, à leur manière, l'univers référentiel sur la base d'axes sémantiques arbitraires « programmant », de façon contraignante, les comportements perceptifs et descriptifs de la communauté parlante. Cette constatation, reprise par de nombreux linguistes tels que Fauconnier (1975 ; 1976), Tordesillas (1998 ; 2005), Israel (2001), Palma (2006), Hernández (2006), Giannakidou (2011), parmi tant d'autres, reste complexe étant donné les multiples approches à partir desquelles elle est envisagée.

Dans le but de contribuer à préciser ces productions discursives marquées par la subjectivité, nous nous proposons dans ce travail de recherche de préciser la valeur d'emploi de la polarité dans le discours touristique à partir de l'analyse des voix adjectivales et nominales. Nous avons pour objectif de démontrer comment, dans ce domaine positivement stéréotypé, certaines productions potentiellement à polarité négative s'y glissent tout en adoptant, lorsqu'elles s'actualisent au sein de ce discours spécialisé, des valeurs souvent opposées à ce que l'on pourrait penser au préalable.

2. Cadre théorique

Une brève évocation historique montre comment tout au long du temps les manières d'approcher le phénomène de la polarité ont changé dû à de nouveaux modes d'analyse mais surtout en raison de nouveaux centres d'intérêt apparus dans le domaine logico-linguistique.

Toutefois les questions se répètent à la recherche de réponses satisfaisantes : Comment définir la polarité ? Quels sont les facteurs déclencheurs de la polarité dans le secteur du tourisme ? La polarité négative, existe-t-elle dans ce domaine de spécialité ? Afin de répondre à toutes ces questions il est indispensable de préciser, dans un premier temps, les trois notions de base autour desquelles est articulé ce travail de recherche : subjectivité, polarité et stéréotype.

2.1 Notion de subjectivité

La notion de subjectivité a été l'objet d'étude de l'approche cognitive et computationnelle, de l'approche sémiotique mais on trouve également des tentatives d'une définition linguistique. Néanmoins, dû probablement au fait que la subjectivité n'est initialement pas un concept linguistique, certains linguistes ont pu réaliser une restriction définitionnelle et créer un concept approprié pour la description linguistique :

La subjectivité dont nous traitons ici est la capacité du locuteur à se poser comme « sujet ». [...] Or nous tenons que cette subjectivité, qu'on la pose en phénoménologie ou en psychologie, comme on voudra, n'est que l'émergence dans l'être d'une propriété fondamentale du langage. Est ego qui dit ego. Nous trouvons là le fondement de la subjectivité, qui se détermine par le statut linguistique de la personne (Benveniste, 1958 : 259-260).

Lorsque Benveniste définit la subjectivité fondée sur le fonctionnement de la temporalité linguistique il recourt à une approche psychologique de l'individu, tandis qu'il définit une dichotomie entre l'expérience vécue (passé et présent) et l'expérience à venir (prospective).

C'est toutefois sur la base d'éléments attestés et langagiers qu'il définit une explication linguistique du phénomène – à l'instar de Culioli (1999) qui insiste sur cette obligation –, bien que l'analyse sous-jacente puisse relever de la psychologie ou d'un propos relatif au fonctionnement interne du locuteur :

[Subjectivité] [...] c'est le processus par lequel un locuteur se fait sujet grâce, dans et à travers le langage qui en est la condition de possibilité en tant qu'il offre un arsenal de formes grammaticales textualisables permettant l'institution du sujet (LTTR13, 2013 : 6).

En effet, la langue apporte au locuteur des formes grammaticales « textualisables » mais surtout l'instrument de son exercice. Dans cette optique, Tordesillas (1998, 2001) nous rappelle que la subjectivité du locuteur se manifeste dans la sémantique du lexique ainsi que dans la structure sémantique des mots et du discours. Les voix adjectivales et nominales fonctionnent dans la langue comme de possibles marqueurs de la subjectivité grâce à leur signification intrinsèque et au contact avec d'autres éléments discursifs. Plus tard, Tordesillas

(2021 : 270-271) reflète ainsi l'évolution de la redéfinition du concept de subjectivité linguistique au cours des dernières décennies :

Dans l'histoire de la pensée et pendant des siècles, il a été habituel de considérer que la langue représentait la réalité, et, avec cela, de considérer que le sens était objectif, informatif, descriptif et normatif, le formel présidant par ailleurs son essence et établissant de même une relation directe entre la langue et la pensée et le principe d'un sujet parlant unique. [...] Parallèlement à cette conception informative et formelle, qui conduit Saussure, au début du XX^{ème} siècle, à concevoir la langue comme un code, un système de signes codifiés, constituant une structure et instaurant un fonctionnement moyennant des règles, ayant comme but de représenter la réalité, indépendamment de toute subjectivité, de toute énonciation et de tout contexte. [...] Il s'agit de la subjectivité, de l'énonciation, du sens, situés au cœur du développement de la linguistique contemporaine et susceptible d'expliquer le lien langage/langue et langue/discours, de relier la langue à d'autres domaines du fonctionnement langagier et du comportement humain, et de réfléchir sur l'image que l'activité linguistique peut donner d'elle-même en tant qu'activité discursive et/ou sociale.

De son côté, Kerbrat-Orecchioni (1980 : 174) oppose aux lexèmes objectifs, les lexèmes comportant des subjectivèmes particuliers, associés à des échelles, positives ou négatives, de valeurs propres à chaque locuteur :

[...] toute séquence discursive porte la marque de son énonciateur selon des modes et des degrés divers. La seule attitude légitime, c'est d'admettre que toute séquence se localise quelque part sur l'axe qui relie les deux pôles infiniment éloignés de l'objectivité et de la subjectivité ; la seule entreprise rentable, c'est d'essayer d'en identifier, différencier et graduer les divers modes de manifestation. C'est dans ce but que nous avons distingué les « subjectivèmes » affectifs, évaluatifs, modalisateurs et axiologiques et envisagé d'autres lieux d'émergence de la subjectivité.

Toutefois les études menées par Kerbrat-Orecchioni sur le langage évaluatif et les adjectifs axiologiques se situent dans un courant différent de celles réalisées par James R. Martin et Peter R. R. White. L'une s'intéresse à la subjectivité de l'énoncé et l'autre vise à expliquer et à catégoriser le langage évaluatif qui fonctionne dans le discours même si la notion d'axiologie est analysée dans les études de ces deux courants. Selon Kerbrat-Orecchioni (1999), le langage évaluatif est une trace de la subjectivité dans un énoncé, c'est-à-dire une évaluation qualitative ou quantitative d'une cible qui concerne le jugement de valeur du sujet parlant face à cette cible. Même si le langage affectif renvoie à une réaction émotionnelle du sujet parlant par rapport à un objet, cette réaction n'est pas d'évaluation.

D'une manière plus ample, Martin et White (2005), dans le cadre de la linguistique systématique fonctionnelle, considèrent que le langage évaluatif se manifeste dans le discours pour exprimer l'affect, le jugement de valeur d'une cible, l'engagement du sujet parlant dans un discours et le degré de l'évaluation. Nous appuyant sur les théories de ces auteurs, nous caractériserons le langage évaluatif comme le langage dont la finalité est l'expression de la propre évaluation du point de vue de l'attitude, de l'opinion ou de l'affect du sujet parlant par rapport à une cible. Pour ce faire nous centrerons notre attention sur le langage touristique.

Calvi et Bonomi (2008 : 184) expliquent que le lexique du discours touristique comprend des termes qui ont pour but de transmettre des jugements de valeurs dans le but de persuader les destinataires. Cette théorie est confirmée par l'allégation de Mapelli (2013) que la fonction émotive ou expressive et la fonction conative ou directe sont les deux fonctions du langage les plus utilisées dans ce discours spécialisé. Il s'ensuit que les termes valorisants, soit affectifs ou évaluatifs, y jouent un rôle essentiel. En effet, ils évoquent une valorisation du destinataire. Lorsque ce dernier présente ce qu'il dit d'une manière favorable ou valorisante, l'expression est jugée méliorative. Elle est péjorative quand il s'exprime défavorablement ou d'une manière dévalorisante. Ces formulations ont une influence sur le comportement du destinataire. Le langage évaluatif peut, par conséquent, se manifester dans le discours sous des formes diverses telles que le lexique (*Ce parcours familial est un voyage savoureux dans un monde rempli de trésors de folklore*), les constructions syntaxiques telles que la comparaison ou le superlatif (*Venise, l'une des plus belles villes du monde*), l'usage de certaines expressions ou d'autres ressources linguistiques qui opèrent au niveau discursif :

[Açores] Perdues au milieu de l'Océan, ces îles regorgent de végétation, volcans, piscines naturelles, montagnes spectaculaires et cétacés ! On est loin du sable blanc et des cocotiers, plutôt des îles de pirates, paradis perdu de tous les aventuriers. Un terrain de jeux idéal, pour randos à volonté et baignade (<https://www.sans-frontieres.fr/sejour/acoes-colonies-etranger-ados>).

Dans l'exemple ci-dessus les adjectifs *perdues*, *spectaculaires*, *idéal* sont considérés comme évaluatifs puisqu'ils montrent la valeur que l'auteur de cette brochure touristique donne aux substantifs *îles*, *montagnes* et *terrain de jeux* qui reposent implicitement sur la comparaison de la cible avec d'autres objets ciblés.

Dans certains cas, l'évaluation est intégrée dans le discours sous forme d'expression, d'usage, de la rhétorique, de la ponctuation, etc. Voici un exemple illustratif :

Le projet *Sans Frontières* commun à tous
 = Une éducation au voyage par le voyage.
 = Un projet éducatif commun à tous les séjours SF.
 = La sécurité, morale, physique et affective de tous les jeunes qui nous sont confiés : une condition non négociable.

= Un accompagnement avant, pendant et après le séjour par l'équipe permanente SF (<https://www.sans-frontieres.fr/infos-pratiques/recrutement>).

En règle générale, les substantifs *éducation, projet, équipe, accompagnement* ne sont jamais considérés comme évaluatifs alors que dans le passage ci-dessus ils renvoient à une trace de l'évaluation par rapport au mot *projet*. C'est grâce au contexte que ces mots servent à vanter le prestige et la qualité de ces séjours itinérants organisés par la voyageuse française *Sans Frontières* « hors des sentiers battus » tout à fait adaptés à la cible visée (jeunes et adultes, touristes non conventionnels, à la recherche d'un « voyage unique »).

2.1.1. Différentes théories

Tout en étant une notion polémique, la subjectivité, a donné lieu à des théories multiples impossibles de répertorier dans leur totalité. Nous n'ébaucherons que les traits essentiels de celles que nous considérons les plus remarquables :

– *Théorie du subjectivème*. Kerbrat-Orecchioni aborde l'énonciation à partir d'une discussion du schéma de communication formulé par Jakobson (1963). Elle considère que ce schéma contient les éléments minimaux indispensables à toute analyse de l'échange linguistique. Toutefois, elle lui reproche de ne pas comporter suffisamment d'ingrédients et propose de le complexifier afin qu'il rende mieux compte du « territoire » (Kerbrat-Orecchioni, 2008 : 58). Elle construit un cadre énonciatif enrichi prenant en compte, outre les six facteurs fondamentaux de la communication, les mécanismes spécifiques à l'encodage et au décodage, les compétences linguistiques et culturelles propres aux interlocuteurs, leurs déterminations idéologiques, psychologiques, les contraintes de la situation et de l'univers du discours. Par ailleurs, « faute de pouvoir étudier directement l'acte de production, nous chercherons à identifier et décrire les traces de l'acte dans le produit, c'est-à-dire les lieux d'inscription dans la trame énonciative des différents constituants du cadre énonciatif » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 30). Cette description du champ de l'énonciation, du « champ lexologique » selon l'expression de Barthes (1985), est encore prématurée, et Kerbrat-Orecchioni (1980 : 32) choisit de ne s'intéresser, au moins dans un premier temps, qu'aux unités porteuses de ce qu'elle appelle « subjectivème », c'est-à-dire un énonciateur marquant l'inscription et les modalités d'existence du seul locuteur-scripteur dans son discours. L'auteure se propose de repérer tous les indices de la subjectivité dans le discours (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 34-120). Pour ce faire elle propose une grille où les catégories sont dégagées intuitivement à partir d'une analyse référentielle des unités linguistiques. Tout d'abord elle fait une révision des déictiques, unités dont les propriétés sémantiques, différentes de la référence cotextuelle ou de la référence absolue, impliquent une prise en considération de certains éléments constitutifs de la situation de communication (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 36). Dans une

seconde étape, Kerbrat-Orecchioni propose dans son ouvrage une classification sémantique de la subjectivité du lexique. Aux lexèmes objectifs, dont la classe dénominative est relativement stable et délimitée en langue (par exemple les adjectifs de couleur), elle oppose les lexèmes comportant des subjectivèmes précis, associés à des échelles de valeurs propres à chaque locuteur. Il faut citer à ce titre parmi les adjectifs, les adjectifs « affectifs » (*amusant, drôle, sympa*), les « évaluatifs » comportant des traits « axiologiques » associés à une échelle (bien/mal) ou « modalisateurs » associés à une échelle (vrai/faux). Ces classes lexicales ne sont pas stables puisqu'elles renvoient à des systèmes individuels ; de plus, tout élément est susceptible de se charger de traits subjectifs qu'il n'a pas initialement. Une démarche analogue permet de classer les verbes et les substantifs. Enfin, elle conclut après sa recherche consistant à la réalisation d'une grille énonciative appliquée à deux corpus (textes de presse et textes littéraires) que sa grille théorique constitue bien une voie d'accès permettant de caractériser l'inscription du locuteur dans son discours, mais qu'elle laisse échapper encore une foule d'indices de la subjectivité dans les textes, liés, en particulier, aux genres de ceux-ci, à leur « style » et à leur fonctionnement interne. La typologie des discours ne saurait déboucher sur une mesure de taux de subjectivité des textes selon une échelle quantitative unique, tant les procédés impliqués sont différents qualitativement. Toutefois, une première démarche devrait permettre de fonder une typologie linguistique partielle en cherchant les « marques énonciatives qui sont tolérées/refusées par chaque type de discours » et en caractérisant « chaque genre par une combinaison inédite d'énonciatèmes » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 171).

– *Théorie de l'évaluation (Appraisal)*. Le modèle de l'évaluation cognitive dans la genèse de l'émotion ou *appraisal theory of emotion* conçoit que l'épisode émotionnel est conceptualisé comme un ensemble de sous-processus d'évaluations cognitives ayant un impact sur les différentes composantes de l'émotion. Ces évaluations cognitives sont vues comme un processus séquentiel impliqué dans la différenciation des émotions ; par ailleurs, cette théorie de l'évaluation cognitive est partie intégrante du modèle des processus composants décrit par Scherer (2001). Elle a pour but de proposer un cadre conceptuel permettant d'expliquer la différenciation des états émotionnels comme une résultante d'une séquence évaluative d'un *stimulus* ou d'un événement donné et permet de proposer des prédictions concernant des patrons ou pattern d'activations dans différents sous-systèmes de l'organisme. Des versions préliminaires de ce modèle ont été présentées par Grandjean, Sander et Scherer (2005).

– *Modèle informatique du langage de l'évaluation : notion d'analyse automatique de la subjectivité et de l'évaluation*. Le promoteur de ce paradigme est Vernier (2011) dont l'objectif était de créer un modèle informatique du langage de l'évaluation pour des applications de traitement automatique des langues. Pour ce faire, l'auteur a adapté

les recherches réalisées par Kerbrat-Orecchioni (échelle de subjectivité), les modalités discursives pour le français de Charaudeau (1992) et la *Théorie de l'évaluation* de Galatanu (2000). Reprenant le problème de la complexité de la subjectivité avancé par Galatanu (pas indiqué par Kerbrat-Orecchioni), Vernier met en évidence le fait que l'énonciateur extériorise souvent la subjectivité en éludant la présence explicite dans le discours, c'est-à-dire, il l'intègre implicitement dans l'énoncé sans avoir recours à l'usage de ressources linguistiques habituels (pronoms, adjectifs possessifs...).

Les différentes approches de la subjectivité exposées par les théories ci-dessus énoncées nous mènent à la conclusion que ce ne sont pas les formes qui permettent à la subjectivité d'agir dans le langage ; tout au contraire, c'est la subjectivité qui agit dans le langage en s'appropriant des formes comme nous le montrerons par la suite.

2.2 Notion de polarité

Subjectivité et polarité sont deux notions étroitement liées. Il va de soi que les phrases sont objectives ou subjectives. Lorsqu'une phrase est objective, aucune autre tâche fondamentale n'est requise mais lorsqu'une phrase est subjective, ses polarités (positive, négative ou neutre) doivent être estimées.

En effet, les remarques que nous venons de faire ci-dessus nous mènent à la notion de polarité, terme métaphorique, emprunté à la chimie qui renvoie par analogie, en linguistique, à « l'état d'un système dont deux points quelconques présentent des caractéristiques différentes ou opposées » (<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>).

En linguistique, un élément de polarité est un élément lexical qui ne peut apparaître que dans des environnements associés à une polarité grammaticale particulière, affirmative ou négative. Un élément de polarité qui apparaît dans des contextes affirmatifs (positifs) est appelé élément de polarité positive (PPI), et celui qui apparaît dans des contextes négatifs est un élément de polarité négative (NPI). L'environnement dans lequel un élément de polarité est autorisé à apparaître est appelé « contexte de licence ». Dans le cas le plus simple, une déclaration affirmative fournit un contexte de licence pour un PPI, tandis que la négation fournit un contexte de licence pour un NPI. Cependant, il existe de nombreuses complications, et tous les éléments de polarité d'un type donné n'ont pas nécessairement besoin d'avoir exactement le même ensemble de contextes de licence ([https://stringfixer.com/fr/Negative polarity](https://stringfixer.com/fr/Negative%20polarity)).

Nous focaliserons notre attention sur la notion de polarité négative conformément aux objectifs fixés dans notre recherche. Pour cela nous prendrons appui sur un corpus de documents authentiques où les brochures touristiques occupent une place prioritaire. Une brève révision des études menées sur la polarité négative en linguistique telles que celles de Jespersen ([1917], 1962), Palma (2006), Hernández (2006), Larrivée (2007 ; 2012) ou

Giannakidou (2011) révèle comment la plupart des auteurs rapprochent cette notion d'autres phénomènes comme la négation, la quantification et la présupposition. Si pour certains auteurs la polarité négative est une notion liée à la fonction conversationnelle, pour d'autres c'est la portée de la négation qui s'avère essentielle dans sa délimitation. Dans le cas concret du français et de l'espagnol, on remarque un problème ajouté : le manque d'une distinction précise entre les termes à polarité négative (TPN) et les mots négatifs. D'après Palma (2006 : 64), « [polarité négative] Il s'agit d'un phénomène d'influence du contexte sur la possibilité d'occurrence ou le sens d'expressions qui y sont sensibles [...] On peut, pratiquement, définir les termes à polarité négative, et les contextes à polarité négative ».

Giannakidou aborde la notion de polarité négative dans des débats qui utilisent comme facteur déterminant la véridicité, uniquement du point de vue lexical et syntaxique, faisant partie d'une catégorie d'expression que l'on retrouve pratiquement dans toutes les langues : la négation. À son avis, « la sensibilité polaire est une forme de dépendance entre les termes à polarité (TP) et le contexte : les TP seraient des expressions sensibles du fait qu'ils dépendent de certaines propriétés du contexte pour être correctement interprétés » (Giannakidou, 2011 : 1665).

Horn (2000) et Larrivée (2012) mettent en évidence la façon dont la négation peut être marquée linguistiquement à l'aide de la morphologie (préfixes), de la syntaxe (adverbes, coordonnants, déterminants et pronoms, modification des syntagmes et du groupe verbal), de la sémantique (unités lexicales, collocations et locutions) et de la pragmatique (éléments intralinguistiques et extralinguistiques).

Dans le cadre des études portant sur la théorie de l'argumentation dans la langue (Anscombe et Ducrot, 1983), de la polyphonie énonciative (Ducrot, 1980 ; 1984) et des *topoi* (Anscombe, 1995 ; 2001 ; Ducrot, [1988] 1995) plusieurs concepts associés à l'implication de la subjectivité dans la signification des mots et le sens ultime de l'énoncé ont été repris. Ceux qui nous intéressent et sur lesquels nous attirons l'attention sont lesdits *point de vue* et *topoi*, décrits par Tordesillas (1998 ; 2005 ; 2008 ; 2016) dans les termes suivants :

Nous concevons le point de vue comme la conception positive, négative ou neutre, liée à la signification du lexique ; le topos est alors un script de la signification, lié au lexique. [...] Elle est susceptible d'être explicitement marquée : ainsi positive (+) comme par exemple la signification de « vaillant » qui présente « le défi au péril » comme quelque chose de positif (+) ; négatif (-), par ex. la signification qui se trouve à l'origine de « couard » qui décrit « le manque de réponse au péril » comme négatif ; ou neutre (+/-), comme « osé », susceptible de décrire en (+) ou (-) la signification qui est à l'origine « réponse au péril ». Nous qualifierons cette orientation de bipolaire (Tordesillas, 1998 : 48-52).

Selon l'auteure, la polarité est présente dans le lexique dès l'inscription des points de vue dans la langue dans sa conception positive, négative ou neutre faisant partie de sa

signification. En guise de conclusion on peut dire que les apports à la notion de polarité négative de ces différents linguistes mettent en évidence l'inexistence d'un seul facteur rendant compte de la sensibilité des TPN. Les diverses langues emploient des ressources similaires pour créer ce type de combinaisons telles que les expressions que sur une échelle peuvent dénoter les valeurs les moins élevées de ladite échelle. C'est ainsi que lesdites expressions perdent leur valeur référentielle et sont intégrées dans le paradigme de quantification, en fonction de la conceptualisation de la langue. En outre, ces diverses interprétations, qui se combinent souvent entre elles, nous permettent d'affirmer que, même si le champ d'étude de la polarité négative reste restreint, il paraît plus complexe étant donné la prolifération d'explications, fréquemment incompatibles entre elles, et, par conséquent, difficiles à unifier en raison de nouveaux modes d'analyse et notamment de nouveaux centres d'intérêt qui sont apparus en linguistique au cours des dernières années. Toutefois, ces nouvelles approches, en apparence très diverses, tournent autour des traits sémantiques du lexique, des études sur la relation structurelle entre la négation et les éléments qui en dépendent (syntaxe), sur la pragmatique, sur la polyphonie des énoncés négatifs ou sur les notions mentales, c'est-à-dire, les échelles de différente nature ou les interprétations de type cognitif. Afin de contribuer à préciser cette notion, nous nous proposons de montrer, par la suite, nous appuyant sur des exemples précis extraits de notre corpus, comment les aspects essentiels concernés par la relation entre négation et polarité sont de différents ordres qui ne concernent pas seulement la langue naturelle française mais également certains emplois restrictifs résultant de l'application du français aux différents domaines spécialisés tels que les diverses « microlangues » (Balboni, 1989 : 258) qui composent le secteur touristique.

2.3. Notion de stéréotype

Subjectivité et polarité sont deux notions liées à celle de stéréotype. C'est à ce titre que nous proposons ici une réflexion sommaire de stéréotype dans le but de déterminer dans une seconde étape, à travers l'analyse des exemples extraits de notre corpus, le stéréotype tel qu'il se manifeste par les voix adjectivales et nominales subjectives souvent employées dans des phrases génériques correspondant à une image locale du monde exprimée par leurs auteurs. En transformant une expérience individuelle en vérité à valeur générale, ces phrases ne visent pas à expliquer un concept et n'expriment pas non plus des vérités que nous pouvons catégoriser comme générales. Les scripteurs des brochures touristiques se servent souvent implicitement de termes à polarité négative comme stratégie pour stéréotyper de manière positive un groupe de gens aux dépens de l'autre. Selon Amossy et Herscheberg (2009 [1997] : 5-6), « Les notions de stéréotype, cliché, poncif, lieu commun, idée reçue, permettent d'étudier les interactions sociales, la relation des discours aux imaginaires sociaux et, plus largement, le rapport entre langage et société ». En effet, les « images dans notre tête » mises en relief par Lippmann (1946 [1922],) ont fait l'objet de multiples enquêtes. Le mot « stéréotype », forgé en 1789 à partir des mots grecs *steros*, solide et *typos*, caractère, admet différentes interprétations selon l'approche disciplinaire dont il est envisagé. Les psychologues sociaux

en viennent à reconnaître le caractère indispensable du stéréotype « Source d'erreurs et de préjugés » mais également « facteur de cohésion sociale », « élément constructif dans le rapport à soi et à l'Autre » (Fishman, 1956 ; Sillamy, 1980 ; Fischer, 1996 ; Leyens, 1999). L'analyse de la fonction identitaire du stéréotype trouve aujourd'hui, au-delà de la psychologie sociale, un champ ample d'analyse, dans la psychologie culturelle, notamment, interculturelle qui met en évidence la nécessité d'une réorganisation souvent difficile des systèmes des stéréotypes pour la rencontre de cultures différentes. De leur côté, les études cognitives au lieu de considérer les stéréotypes comme des généralisations abusives moralement condamnables, voient dans le recours au stéréotype une démarche « normale ». Selon Leyens, Schardron et Vincent (1999 : 12), la catégorisation et schématisation sont indispensables à la cognition. Ils font la distinction suivante :

Nous insistons sur la distinction entre les *stéréotypes* –le contenu social– et la *stéréotypisation* –le processus individuel qui prend place dans un contexte social et qui est modelé par lui–. Les gens peuvent se passer de certains contenus spécifiques mais pas du processus.

En linguistique la notion de *stéréotypie* est étroitement liée à celle de figement puisqu'une expression stéréotypée se définit comme une expression figée qui s'inscrit régulièrement dans le lexique de la langue. Les membres d'une même communauté linguistique possèdent en commun ces expressions stéréotypées, les stéréotypes phrastiques et les stéréotypes lexicaux. Nous centrerons ici notre attention sur cette dernière notion tout particulièrement pertinente pour notre étude. D'après Anscombe (2001 : 60-61),

Le stéréotype d'un terme est une suite ouverte de phrases attachées à ce terme qui définit sa signification. Chaque phrase du stéréotype est, pour le terme considéré, une phrase stéréotypique. Par ailleurs, nous parlons en tant que membres d'une communauté linguistique et, cette communauté peut varier selon les circonstances. Il pourra donc se faire qu'à l'intérieur du stéréotype d'un terme, certaines phrases stéréotypiques puissent être antinomiques : ce fait n'est pas gênant tant qu'il n'y a pas de possibilité de les utiliser simultanément dans une même énonciation.

En accord avec cet auteur nous pensons que lorsque nous nous exprimons dans le domaine du tourisme, nous faisons un emploi restrictif des voix nominales et adjectivales dont les occurrences correspondent fréquemment à l'activation d'un ou de plusieurs énoncés stéréotypiques, parfois à polarité négative, comme nous le montrerons par la suite. Toutefois, dans la mesure où le stéréotype représente la ou les idée(s) conventionnellement attachées au terme, il faut considérer que certains énoncés stéréotypiques, propres au discours touristique, peuvent être erronés.

3. Hypothèse de départ

Partant de l’hypothèse selon laquelle sous une image, souvent stéréotypée, pré-supposée positive du discours touristique, des voix adjectivales et nominales apparemment à polarité négative s’y glissent parfois à des finalités diverses, nous nous proposons de démêler les valeurs implicites liées à ces unités, et d’étudier leur fonctionnement au sein de ce discours spécialisé. L’analyse de certaines marques à polarité, inhérentes à l’emploi des voix adjectivales et nominales au sein du discours touristique, démontrera comment l’usage de certains modalisateurs négatifs résulte efficace soit pour mettre en valeur des aspects mélioratifs des énoncés, soit à titre préventif, soit pour accentuer certains paramètres négatifs concernant le domaine touristique, la plupart d’entre eux liés à la notion stéréotypée du « tourisme de masse ».

4. Corpus et méthodologie de recherche

Pour ce faire nous avons pris appui sur une méthodologie fondée sur la linguistique de corpus. Le moteur de recherche de la plateforme *Sketch Engine*, « un outil de travail sur corpus qui sert à l’appui numérique de l’étude du fonctionnement des langues » (Kilgarriff *et al.*, 2014 : 34), nous a permis, dans une première étape, de créer un corpus spécialisé dans le domaine du tourisme composé de 128 URL logées dans 30 pages web (*cf.* Annexe) de promotion touristique, consacrées à la vente de voyages et paquets touristiques ainsi qu’à la propre organisation du voyage. Puis, nous avons procédé à faire un échantillonnage aléatoire des voix adjectivales et nominales comprenant 158.362 tokens. Voici le diagramme de barres contenant un échantillon représentatif de l’usage total des unités lexicales de notre corpus :

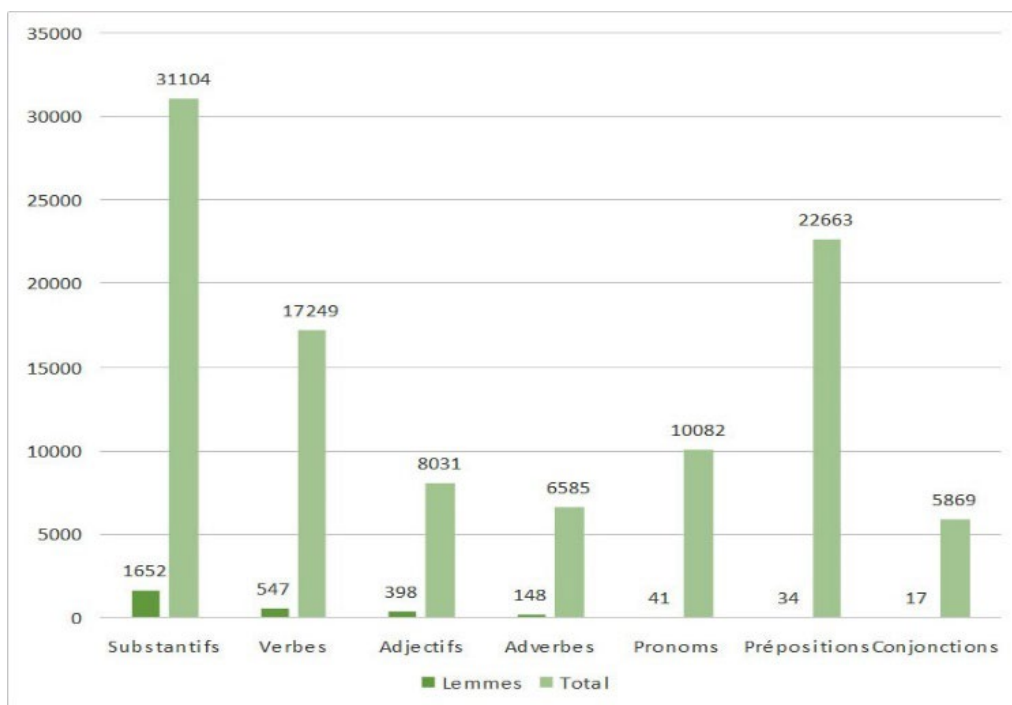


Figure 1 : Échantillonnage représentatif des unités lexicales du corpus.

Ce graphique contient un échantillon représentatif chiffré de l'usage total des unités lexicales de notre corpus. En vert foncé sont comptabilisés les unités lemmatisées correspondant aux substantifs, verbes, adjectifs, adverbes, pronoms, prépositions et conjonctions. L'ordre de l'axe horizontal révèle ces quantités. Quant aux barres en vert clair, elles répondent au nombre de toutes les unités lexicales en contexte. En ce qui concerne la recherche isolée d'adjectifs et de substantifs les résultats ont été les suivants : 398 lemmes adjectivaux et 1652 lemmes nominaux. L'analyse quantitative, point de départ de la présente étude, nous a permis de passer, dans une seconde étape, à l'analyse qualitative proprement dite qui a consisté à faire une révision de tous les adjectifs et substantifs du corpus afin de noter la polarité isolée et en contexte de chaque unité lexicale concernée, en fonction de ses collocations. Trois étapes se sont donc ensuivies dans nos démarches méthodologiques : d'abord, une catégorisation du *score* par rapport à ces collocations ; ensuite, une caractérisation grammaticale du *score* et enfin une analyse du discours insistant sur la *polarité négative* au sein de ce domaine de spécialité, soit déductible de l'emploi négatif ou neutre du mot concerné, soit des aspects négatifs ou marqués neutres du message ultime de l'énoncé.

5. Analyse des données et évaluation des résultats

5.2 Voix adjectivales

5.2.1 Adjectifs subjectifs : classement

Selon notre hypothèse, les voix adjectivales mises en œuvre dans le domaine du tourisme participent à la construction d'une représentation discursive accomplie par l'acte locutoire. Comme pour les voix nominales, les jugements négatifs estimés dans des cas concrets répondent soit à des appréciations du sujet parlant fondées sur des données objectives, même officielles soit à des estimations arbitraires. L'étude réalisée révèle que la polarité négative dans ce secteur est, dans la plupart des cas, liée aux centres d'intérêt précis ayant rapport avec les effets néfastes du « tourisme de masse » et son impact sur l'environnement comme la dégradation de la nature ou les désastres écologiques ; le danger provoqué par le risque des catastrophes naturelles telles que les séismes, les inondations, les cyclons, etc., – de là les recommandations par rapport aux saisons ou aux mois les plus propices pour réaliser un certain voyage – ; la peur de contracter quelques maladies comme le paludisme, la fièvre typhoïde, l'encéphalite japonaise, etc., – d'où les vaccins obligatoires ou recommandés –, et notamment, le fait de devenir victime de la délinquance ou d'une éventuelle attaque terroriste. Les conseils publiés sur les sites web du *Ministère des Affaires Étrangères*, des Ambassades et des Consulats ainsi que sur les sites web diplomatiques telles que *France diplomatie* (www.diplomatie.gouv.fr) sont assez stricts à ce sujet. Sous la rubrique « Risques encourus et recommandations associées » les voix adjectivales à polarité négative se multiplient en référence aux pays

comme le Sénégal, potentiellement dangereux, portant sur des axes clé tels que la délinquance et/ou la criminalité¹ :

(1) <Les déplacements interurbains sont *déconseillés* de nuit en raison de l'absence d'éclairage public et de la présence de piétons sur les routes>.

(2) <Il est recommandé de ne pas porter de manière ostentatoire d'objets qui pourraient attirer l'attention des voleurs à la tire et des pickpockets ; de s'abstenir de circuler en voiture vitres ouvertes et portes non verrouillées ; de ne pas circuler à pied le soir dans les rues mal éclairées ou peu fréquentées>.

La cybercriminalité. Des annonces sur Internet des services diplomatiques préviennent le touriste de nombreuses (3) <pratiques *frauduleuses*>, du besoin (4) <d'être *vigilant* s'agissant des affaires de chantage aux images *compromettantes*>.

Risques naturels :

(5) <Lors de la saison des pluies, de violents orages peuvent s'abattre sur le Sénégal, provoquant une soudaine montée des eaux et bloquant les voies terrestres, y compris à Dakar>. /

(6) <Il est vivement déconseillé d'utiliser son véhicule lors des épisodes orageux>. / (7) <de nombreux volcans qui de temps en temps se réveillent>. / (8) <risques/lieux de catastrophes naturelles>. / (9) <problèmes/désastres écologiques>. / (10) <dommages environnementaux>.

Le terrorisme. Dans le contexte des attentats qui ont frappé certains pays de l'Europe ainsi que de la zone CEDEAO (Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest), il convient de tenir compte de la menace terroriste sur les pays Européens et Africains, tout particulièrement de l'Afrique de l'Ouest, tel qu'on peut le constater dans les énoncés suivants :

(11) <renforcement *préventif* des mesures de sécurité> / (12) <contrôle *strict* des visiteurs> / (13) <protection *armée*> / (14) <vérification *aléatoire* avant l'embarquement> / (15) <zones frontalières *déstabilisées*>/ (16) <axe routier *déconseillé*> / (17) <incidents *sécuritaires*> / (18) <zone de vigilance *renforcée*> / (19) <quartiers *chauds*> / (20) <pays *violent, dangereux, corrompu*>.

Il s'agit, en définitive, d'emplois adjectivaux à connotations péjoratives lorsqu'ils sont associés à un certain endroit et qui dénotent la préoccupation de la part du gouvernement et des voyageurs sur la sécurité du touriste potentiel. Certaines de ces voix adjectivales, en principe non marquées négativement, adoptent des connotations négatives du substantif auquel elles modifient, répondant par ce fait à une évocation subjective des événements, d'après le locuteur. Bien des aspects évoqués tels que (21) <problèmes/désastres *écologiques*>, (22) <risques/dommages *environnementaux*> laissent entrevoir l'évolution qui s'est produite au cours de dernières décennies dans la conscience sociale qui met en avant des valeurs telles que

¹ Pour la consultation des sources des exemples analysés tout au long du texte cf: Annexe.

le respect de la nature et de l'environnement ; des préoccupations, auparavant moins évidentes. L'analyse qualitative des adjectifs sélectionnés faisant partie de notre corpus, révèle donc comment les énoncés dans lesquels ces voix adjectivales sont évoquées, s'inscrivent, selon les contextes, dans au moins l'une de trois opérations suivantes : dénotation du réel, expression d'une stratégie argumentative, ajustement entre le sens des énoncés et leur repérage physique, psychologique et social. Nous centrerons notre attention sur des aspects psychopragmatiques. Le modèle que nous allons présenter et retravailler répond à ce critère :

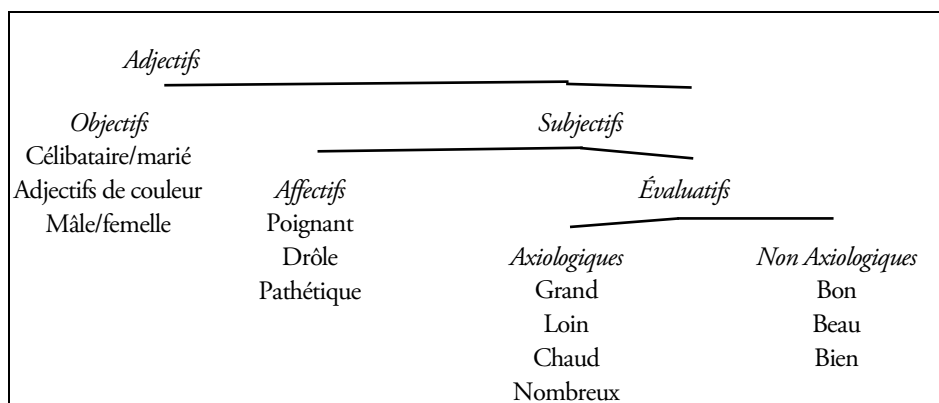


Figure 2 : Classification des adjectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1980).

Les catégories que Kerbrat-Orecchioni distingue dans son ouvrage sont celles qui constituent le niveau interprétatif du langage et qui relèvent du cadre de l'énonciation. Ces deux paramètres de base sur lesquels repose toute production langagière répondent à l'observation selon laquelle « les propriétés pragmatiques de l'énonciation se trouveraient être sémantiquement marquées » (Brockway, 1982 : 18). L'auteur divise les adjectifs évaluatifs en adjectifs axiologiques (ex. *beau, bon, bien*), c'est-à-dire, ceux qui portent sur l'objet qu'ils qualifient un jugement de valeur, positif ou négatif, et non axiologiques, ceux qui expriment une évaluation qualitative ou quantitative de l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent. Cette évaluation se produit sans jugement de valeur et engagement affectif du locuteur (ex. *grand, loin, chaud, nombreux*) (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 109). En outre, en citant Ducrot (1975), Kerbrat-Orecchioni note que l'évaluation n'implique pas toujours un « jugement de valeur », c'est pour cela que dans la terminologie de cette chercheuse les axiologiques constituent une sous-classe des évaluatifs.

5.2.2 Adjectifs subjectifs affectifs et évaluatifs

Selon Kerbrat-Orecchioni (1980 ; 2008), les adjectifs affectifs énoncent, en même temps qu'une propriété de l'objet qu'ils déterminent une réaction émotionnelle du sujet parlant face à cet objet. Comme on a vu par de nombreux exemples ci-dessus analysés, la valeur affective peut être inhérente à l'adjectif ou, au contraire, solidaire d'un signifiant prosodique ou syntaxique. Ce sont souvent nos connaissances extralinguistiques celles qui permettent de prédire, de façon très subjective, la polarité de certains termes. C'est ainsi qu'à une époque

où on est de plus en plus conscients de la destruction de la planète, les touristes engagés avec les thèmes environnementaux sont à la recherche d'un tourisme écologique et bien souvent, d'un tourisme expérientiel caractérisé par la recherche de nouveaux atouts. Cela justifie la polarité négative de certaines voix adjectivales marquant les effets néfastes du « tourisme de masse » sur la nature et l'environnement. À la manière de la publicité sociétale, l'emploi restrictif de ces voix cherche à provoquer une réaction positive chez le destinataire, à le « faire agir ».

Nous constatons donc, malgré la critique formulée par Viallon (2013), comment les brochures touristiques analysées sont surchargées de voix adjectivales appréciatives ou affectives différemment combinées avec d'autres voix servant à exprimer la polarité (positive, négative ou neutre). Pour le montrer nous ferons tout particulièrement attention à l'emploi restrictif de certaines ressources linguistiques que nous exposerons par la suite :

– Exagérations et hyperboles

Pour Argoni (2012 : 6), la valeur des adjectifs affectifs et évaluatifs est souvent mise en relief par des adverbes. Les exagérations ou les hyperboles se succèdent dans le discours touristique afin de mettre en exergue une destination ou un endroit précis. En effet, pour répondre aux besoins de touristes, de plus en plus exigeants, les images stéréotypées ne suffisent pas ; le voyageur potentiel doit être surpris par la nouveauté de la description, de sorte qu'il « vive » l'expérience décrite dans la brochure. Ces appréciations sont énoncées dans le 95% des cas de manière positive ; même les adjectifs, implicitement négatifs, se caractérisent par un emploi qui cherche à mettre en valeur un aspect positif de l'idée exprimée. Dans cette optique se situe l'adjectif *effréné* dont la polarité négative est toujours associée à deux notions étroitement liées : « consommation effrénée » ayant pour conséquence le « désastre écologique » :

(23) <Consommation *effrénée* et *désastre* écologique se combinent pour assombrir l'éclat de la perle indonésienne si prisée des touristes occidentaux>.

Cet exemple montre comment la sensibilité polaire est une forme de dépendance entre les termes à polarité (*effrénée*) et le contexte (*désastre, assombrir*).

Les termes à polarité négative seraient, comme l'affirme Giannakidou (2011 : 57), « des expressions sensibles du fait qu'elles dépendent de certaines propriétés du contexte pour être correctement interprétées » ; voici un exemple illustratif :

(24) <Bali est menacée au point qu'elle pourrait, à terme, devenir méconnaissable : Les effets cumulés du tourisme de masse, d'une consommation *effrénée* et d'un *désastre* écologique se combinent au point que les plus lucides d'entre les Balinais commencent à tirer la sonnette d'alarme>.

Cette expression métaphorique emphatique, « sonnette d'alarme », évoquée par l'auteur de ce texte cherche à attirer l'attention du touriste potentiel pour le rendre respectueux envers la nature de l'île. Cet exemple met en évidence comment valeur affective et évaluative

coexistent à des degrés divers dans certaines voix adjectivales polysémiques qui présentent une duplicité d'intentions. Toutefois, la notion de « territoire vierge » associé à Bali est ambiguë. L'idée du touriste français, européen ou autre, en quête d'exotisme et des paysages de la nature sauvage avec son pendant humain, n'est pas seulement un cliché. Plus précisément, c'est un cliché qui résulte d'une modalité essentielle d'interaction entre cette île et l'extérieur, à savoir, le tourisme de masse. Bien que les images stéréotypées de certains pays, qui contribuent à la promotion d'une certaine destination touristique, sont souvent, comme on peut le constater à cet exemple, fort éloignées de la réalité quotidienne, elles gardent un sens dans la mesure où ce sont celles qui viennent chercher les touristes. Et tel qu'on peut le constater à la lecture des sites web faisant partie de notre corpus, tout un secteur professionnel et institutionnel spécialisé dans le domaine du tourisme ne dédaigne pas, à l'occasion, à leur donner satisfaction.

– Polysémie

La valeur polysémique de certaines voix adjectivales permet, selon le contexte d'emploi, de dégager certains emplois à polarité négative. Prenons comme exemple l'adjectif *cher*,

I. Qui est aimé ; pour qui l'on éprouve une vive affection. *Les êtres qui lui sont chers.*

(FORMULES DE POLITESSE) *Cher Monsieur.* — nom *Mon cher, ma chère.*

(CHOSSES) *Cher à :* considéré comme précieux par. *Son souvenir nous est cher.*

(ATTRIBUT OU APRÈS LE NOM)

D'un prix élevé. → coûteux, onéreux ; opposé à *bon marché.* *Une voiture très chère.*

Qui exige de grandes dépenses. → dispendieux. *La vie est chère à Paris* (→ *cherté*).

Qui pratique des prix élevés. *Ce magasin est cher* (<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cher>).

Nous pouvons le classer taxinomiquement de la façon suivante : 1^{er} sens : amour, couple ; 2^e sens : commerce, transaction ; 3^e sens : prix, cherté. Ces deux dernières notions sont étroitement liées à tel point que nous proposons d'unifier le sens de *cher* en deux sens : le premier, en rapport avec « l'amour, le sentiment amoureux » et le second, ayant trait avec le « commerce, l'argent ». L'adjectif *cher* est modélisé dans le domaine du tourisme comme ayant le second sens. Toutefois cet adjectif implique une évaluation qualitative ou quantitative, selon le sens avec lequel il s'actualise dans le discours et en fonction de l'objet dénoté par le substantif qu'il détermine.

(25) < [...] auparavant les voyageurs n'étaient pas les mêmes. Si les routards constituaient déjà une catégorie à part qui se contentait de peu, les voyageurs de l'époque étaient plutôt aisés. En effet, voyager était un loisir assez *cher*. Le milieu du tourisme restait aux mains des

agences de voyage et les compagnies aériennes nationales n'avaient pas la moindre concurrence. Aujourd'hui la situation est diverse>.

Dans le sens de 'coûteux', l'adjectif *cher*, à polarité négative, est employé dans ce contexte soit pour opposer le prix des voyages à deux périodes chronologiquement différentes, comme dans l'exemple précédent, soit afin d'évoquer positivement le service rendu par un tour-opérateur concret, soit comme dans le cas suivant, pour se rapprocher affectivement du touriste par un clin d'œil complice. Dans ce dernier cas, la polarité négative reste neutralisée :

(26) <[...] Il faut voir les autres tours opérateurs et négocier directement avec eux pour qu'ils passent vous chercher à votre hôtel. Cela vaut aussi pour tous les clubs présents dans l'hôtel qui vous feront payer les activités bien plus *chères* que si vous passez par un club situé en dehors de l'hôtel>.

– Structures comparatives opposées

Comme nous le rappellent Neveu et Roig (2019) les structures comparatives opposées y sont fréquentes :

(27) <Le Mexique, c'est un pays relativement *bon marché*. Certains coins sont bien plus *chers* comme Tulum par exemple, mais la vie est, en générale, moins *chère* qu'en France. Bref, voilà des raisons pour y retourner !>.

– Échelles graduelles

Il est à remarquer comme l'annonçaient déjà Hadermann, Pierrard et Raemdonck (2010), le rôle des adverbes en tant que modulateurs scalaires qui favorisent la gradation sémantique croissante ou décroissante :

(28) <La vie en Alaska est relativement *chère*>.

(29) <Dans l'Agence de voyage de nouvelle génération, *Worldia*, tout est en ligne, itinéraire personnalisable, affichage des prix et dispo en temps réel, réservation en quelques clics. Moins *cher* qu'une agence traditionnelle, mais qui vous permettra de créer, à votre guise, votre voyage selon vos envies et budget>.

(30) <Le Nicaragua est maintenant un pays sûr et beaucoup moins *cher* que le Costa Rica>.

Cette gradation croissante (*relativement chère*, *moins cher*, *beaucoup moins cher*) sert à atténuer la polarité négative implicite de l'adjectif *cher* mettant en évidence de possibles avantages économiques qui présente un pays par rapport à l'autre.

La polarité, en principe négative, de la voix adjectivale *cher* dans le sens de 'plus coûteux', devient positive dans certains exemples tels que :

(31) <Vous pouvez faire Puerto Vallarta en bus de nuit dans une compagnie plus *chère* pour le confort et puis pour ne pas prendre des risques>.

Dans ce contexte, l'adjectif *chère* devient positif sous l'effet positif des deux compléments de finalité coordonnés qui le suivent et qui justifient, à ce titre, le prix additionnellement payé, car le « confort » et la « sécurité » du touriste sont des atouts « hors prix » pour n'importe quel voyage.

– Couplés d'adjectifs opposés

Enfin, nous avons étudié des couplés d'adjectifs opposés en tant que marqueurs polaires tels que *grand/petit*, *long/court*, *haut/bas*, *faible/fort*, etc. Cela nous a permis de constater comment dans ces paires opposées ou antonymes, c'est le membre positif celui qui projette son argument dans un degré allant d'un point plus grand vers un point plus petit. Dans le cas de l'élément négatif, c'est l'inverse qui se produit. On pourrait parler, par conséquent, d'échelles de deux directions car l'une est orientée positivement tandis que l'autre l'est négativement. C'est ce que Horn *et al.* (2000) appelle « verticalité », c'est-à-dire une version simplifiée de la relation entre polarité et monotonie qui confirme le rôle central que l'implication monotone, croissante ou décroissante, semble jouer dans l'explication du fonctionnement de la polarité. En effet, l'implication peut être observée dans ce domaine (les relations antonymiques et graduelles dans les adjectifs) fortement liée à la codification lexicale. Voici cinq exemples servant à illustrer cette notion.

Exemple 1 : *négatif*–*positif*. L'adjectif *négatif* apparaît 35 fois, la plupart à sens positif ; toutefois, dans l'occurrence suivante nous pouvons apprécier, malgré sa valeur positive, une légère nuance négative sous-entendue lorsque nous parlons des « commentaires négatifs » car, même s'ils restent « rares », ils existent : (32) <[touristes] leurs souvenirs de vacances [...] les commentaires *négatifs* restent rares>. Néanmoins lorsque cet adjectif apparaît en opposition avec positif, ce qui arrive dans de nombreux exemples, il a pour but, dans le discours touristique, de mettre en exergue les avantages d'un certain service rendu ou d'insister sur les répercussions de l'activité touristique dans une certaine région. Pour cela on a recours fréquemment à des structures comparatives argumentatives servant à mettre en avant les avantages et les inconvénients :

(33) <Aujourd'hui un aller-retour à 70€ pour Cracovie est presque considéré comme cher ! La conséquence est d'abord *positive* : le tourisme n'est plus une activité de luxe. Sans cette démocratisation du secteur, il aurait été impossible de voyager autant. Il s'agit probablement de l'un des plus grands progrès de la 2^{ème} moitié du XX^{ème} siècle. La conséquence est aussi *negative* : le tourisme semble devenir une activité proche du supermarché>.

Il est à remarquer la dissymétrie dans le fonctionnement, à titre comparatif, des adjectifs *positif* et *négatif*. L'adjectif *négatif* est ici marqué, il conserve sa valeur polaire. En revanche, l'adjectif *positif*, non marqué, est pourvu d'une plus grande élasticité sémantique et peut, dans certains cas, cesser d'exprimer l'idée de supériorité par rapport à une norme moyenne : lorsqu'il s'agit simplement de comparer X et Y sans les confronter à une norme extérieure, c'est le terme non marqué que l'on choisit. Cette dissymétrie opère également dans le cas particulier des adjectifs dimensionnels.

D'après nous, il faut accepter l'existence de degré dans l'actualisation des valeurs sémantiques : certaines s'imposent avec évidence tandis que d'autres agissent seulement sur l'interprétation sans que le locuteur puisse être accusé de mensonge ni le récepteur de contresens car, en réalité, ils interprètent différemment l'énoncé. Toutefois il faut admettre

l'existence, dans les espaces sémantiques, de « zones marécageuses, dans lesquelles on patauge avec aisance ou gaucherie, rouerie ou candeur, délice ou déplaisir, et avec lesquelles il faut bien en tout cas composer » (Palma, 2006 : 64).

La gradation croissante à polarité négative ne sert qu'à accentuer, comme dans les exemples suivants, les effets du tourisme de masse : des « effets négatifs » même « néfastes »

(34) <Les effets *négatifs* du tourisme de masse en Islande. [...] on peut se demander si ce tourisme de masse est une aubaine pour l'Islande, pays où la nature est très fragile. De plus, le respect des pistes est essentiel au milieu d'un environnement qui demande à être protégé>.

(35) <Les gouvernements nationaux ou les responsables locaux des sites en danger tentent d'imposer localement de nouveaux règlements pour limiter les effets *négatifs* du tourisme de masse [...] La ville de Venise a fini par interdire l'entrée des immenses paquebots de croisière dans la lacune>.

Exemple 2 : *froid – chaud*. Dans le cas des non axiologiques, l'usage des adjectifs évaluatifs est relatif à l'idée que le locuteur se fait de la norme d'évaluation pour une catégorie d'objets donnée. Ils sont à caractère gradable. Exemples : *long – court* ; *grand – petit* ; *clair – obscur*, *froid – chaud*, etc. Prenons l'exemple suivant :

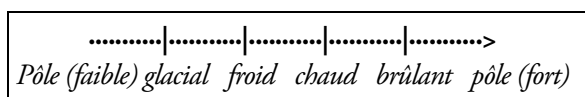


Figure 3 : Échelle de température.

Fauconnier (1975 ; 1976) lie la polarité à l'existence d'échelles pragmatiques qui structurent le lexique. D'après cet auteur, l'utilisation comme argument, d'une extrémité d'échelle pragmatique dans un contexte approprié prend une valeur exemplaire pour l'ensemble de l'échelle. Cette propriété est largement indépendante de la négation. Dans cet exemple, extrait de notre corpus, on ne remarque pas cet emploi : les adjectifs « brûlant » et « glacial » n'apparaissent jamais en contexte pour exprimer la polarité négative mais dans leur sens littéral. En revanche, « froid » et « chaud » sont souvent employés, variant leur interprétation en fonction du contexte. Ainsi, l'adjectif *chaud* qualifiant le climat, la mer..., est toujours évoqué comme argument de séduction selon le public ciblé ; sa polarité est positive :

(36) <Lors de votre voyage en République Dominicaine les eaux *chaudes* et transparentes des Caraïbes sauront inmanquablement vous séduire>.

D'autres sèmes y sont fréquemment associés (*chaud, été, rallongement du jour, belles et longues soirées*) :

(37) <Voyagez à Madrid. Ne manquez pas le grand spectacle de la relève solennelle chaque mois (prochaine édition : le 6 juin). C'est l'été, il fait *chaud* mais les jours rallongent : c'est le moment de profiter de belles et longues soirées jusqu'au bout de la nuit>.

L'adjectif *chaud* apparaît toujours associé à la notion de relax, de détente, en référence aux liquides soit aux bains d'eau chaude (*source naturelle, eaux thermales, spa*) soit aux boissons (*réconfortantes*) :

(38) <Vous avez besoin de souffler sans avoir les enfants sur le dos ? Alors, venez-vous détendre à Saint-Lary dans des bains *chauds* et bouillonnants, à vous dégourdir les jambes après l'ascension au Pic du Midi [...] La détente au spa thermal *Aquensis*, vous attend [...]>.

(39) <En traversant le pays du Sud au Nord, nous n'avons croisé que quelques rares véhicules [...] Au refuge, nous étions seuls avec notre pot d'eau *chaude*, assez réconfortant [...]>.

L'adjectif *chaud* a une polarité neutre en allusion aux geysers, sources d'eau chaude (*chaud*, inhérent au mot *geyser*) :

(40) <La zone des geysers et sources *chaudes* est actuellement recouverte d'une couche de glace très glissante qui a causé plusieurs chutes. L'Agence Islandaise de l'Environnement a proposé de sabler la zone pour la sécuriser>.

Par contre, l'adjectif *froid* acquiert, selon le contexte, différentes connotations, soit positives : (41) <Ouvrez les yeux et suivez le guide ! Parcourez le Canada grâce à notre équipe. Découvrez les immenses étendues *froides* et sauvages du continent nord-américain !>.

Ou négatives :

(42) <L'Islande est souvent considérée par les touristes comme un pays gris, *froid*, cher>.

(43) <Si vous n'aimez pas le *froid*, beaucoup de pays peuvent vous accueillir pour vous permettre de passer des vacances inoubliables [...]>.

(44) <Faites attention à certains campings car les infrastructures ne sont pas toujours adaptées, l'eau *froide* décourage certains touristes potentiels>.

Exemple 3 : *long – court*. En ce qui concerne le couple *long – court*, on constate que l'adjectif *long* est implicitement employé dans un sens positif lorsqu'il est associé à l'environnement et au besoin de prendre des mesures pour préserver les parcs nationaux ainsi que les populations autochtones de possibles « invasions » touristiques.

(45) <Droit d'entrée au parc national des Galápagos. L'attente est souvent *longue*>.

En revanche, il est employé dans un sens négatif en référence aux « *longues queues* » à faire pour pouvoir avoir accès aux monuments, pour monter sur des manèges d'un parc thématique, assister à une représentation artistique ou à un événement culturel, notamment pendant la période des vacances. Cependant des solutions optionnelles sont offertes aujourd'hui aux touristes pour éviter des situations pareilles. Cela représente une rupture par rapport à ces clichés à polarité négative auxquels on était habitués jusqu'à présent :

(46) <Finies les *longues queues* à faire pour monter sur les attractions. Il vous suffit pour cela d'insérer votre billet d'entrée dans la machine FASTPASS devant l'attraction que vous souhaitez faire et de revenir à l'heure qui vous est allouée pour profiter de l'attraction en quelques minutes. [...] Les clients de certains hôtels Disney bénéficient d'un accès encore plus rapide grâce au VIP FASTPASS>.

Exemple 4 : *grand – petit*. En ce qui concerne le couple opposé *grand – petit*, il est à remarquer la polarité positive ou négative de l'adjectif *grand* lorsqu'il est associé à des voix nominales matérielles et objectives telles que « grands ressorts », « grandes plages », « grands hôtels », etc. Tout cela évidemment en fonction des préférences touristiques du locuteur. Cet adjectif est

toujours positif dans « grand plaisir », « grand succès », « grand rêve », « grand plan », en définitive, lorsqu'il modifie des noms abstraits, subjectifs, positifs. Il est à polarité négative lorsqu'il agit comme modificateur de certains substantifs subjectifs, abstraits, à forte charge négative comme « grand échec », « grande déception », « grand dommage », que l'on trouve sur certains documents touristiques, à titre préventif, insérés dans des structures syntaxiques précédées de « pour éviter/si vous ne voulez pas (un grand échec) il faut [...] » ainsi qu'en rapport avec le « tourisme de masse » :

(47) <Les indicateurs n'incitent pas à l'optimisme : des centaines d'hôtels absorbent une *grande* partie des réserves d'eau douce. Chaque chambre d'un quatre-étoiles en consomme 300 litres par jour. Bali devra faire face à une crise de ressources en eau potable.>

(48) <Bali, où le tourisme a défiguré une *grande* partie du littoral, reste encore un lieu empreint de magie.>

De son côté *petit*, exprime toujours une valeur affective comme le montrent les exemples suivants : (49) < En été, la visite des musées de Valencia est presque une étape obligatoire, pour trouver un *petit* coin de fraîcheur mais aussi parce que la qualité des expositions permanentes vaut le détour.>. (50) <la visite du *petit* jardin secret.>. (51) <acheter un *petit* souvenir.>. (52) <se faire un *petit* plaisir.>. L'emploi de cet adjectif apparaît pour la plupart associé aux traditions, à la culture (53) <la visite du *petit* temple au village>, à l'exaltation des valeurs identitaires ; dans ces usages il est marqué d'une forte polarité positive. Toutefois, sa polarité est neutre lorsqu'il est lexicalisé :

(54) <à Copenhague nous avons visité la *petite* sirène.>

(55) <nous avons pris le *petit* déjeuner à l'hôtel.>

Puis, dans de rares cas, il exprime une polarité négative, en référence à l'avenir :

(56) <Dans quelques années, le pays va complètement changer. Regardez l'exemple des grands magasins parisiens qui ne sont plus faits pour les parisiens mais pour les touristes (aisés) asiatiques ou américains. Il est évident que le pays sera détruit *petit à petit*. C'est dommage !>.

Exemple 5 : *ancien, vieux - moderne, nouveau*. Enfin ces couples adjectivaux opposés illustrent bien la notion de stéréotype déjà avancée précédemment. Comme nous rappellent Amossy et Herschbert, il y a des stéréotypes de pensée liés à la valeur axiologique et à la cible de l'évaluation dans le contexte touristique, c'est à dire « des stéréotypes concernant la culture regardante et des stéréotypes référés à la culture regardée » ([1997], 2009 : 59). Le concept du stéréotype dépend de la norme sociale et culturelle de l'énonciateur qui évalue une cible appartenant à d'autres cultures. Prenons comme exemple illustratif les adjectifs « ancien », « vieux » et leurs opposés « moderne », « nouveau/nouvel/nouvelle ». Dans le livre de Mohamed Ahmed *Le tourisme et les voyages dans l'Égypte Ancienne* (2017), l'adjectif « ancien » est employé comme adjectif qualificatif. Toutefois cet adjectif porte souvent une valeur axiologique dans le contexte touristique comme montrent les exemples ci-dessous :

(57) <Lors du parcours de la Basse-Normandie une visite obligatoire est celle de la plus *ancienne* église catholique, de la fin du XIII^e siècle, Notre-Dame de Turqueville, dans le département de la Manche>.

(58) <Situé à côté de Lyon, cet établissement sans prétention mais agréable, propose des bungalows ventilés déjà *anciens* alignés sur un ample terrain>.

(59) <Il n'est pas forcément intéressant de rester dormir ici, cet établissement bas de gamme, trop *vieux*, manque sérieusement d'entretien et n'est guère recommandable>.

Il est évident que dans des guides touristiques, certaines remarques ont pour but de souligner l'importance d'un lieu ou d'un objet. Ainsi, nous remarquons très souvent que le procédé du superlatif et l'approche lexicale complète une valeur axiologique. En consultant le contexte de l'exemple (57), l'auteur n'utilise pas l'adjectif « ancien » dans la structure du superlatif seulement pour décrire l'état de l'église mais pour énoncer son évaluation positive sur celle-ci : cette église, construite il y a longtemps, est devenue une authentique œuvre d'art. Au contraire, dans l'exemple (58) des bungalows ventilés déjà anciens, l'adjectif « ancien » modifié par l'adverbe « déjà » porte une valeur négative. Dans cet exemple la valeur négative de « vieux » est renforcée par le groupe adjectival « bas de gamme » (59). D'après le repérage des adjectifs « ancien » et « vieux » dans notre corpus nous pouvons conclure que, dans les discours touristiques, les adjectifs liés à l'âge d'un objet ou d'un lieu, tels qu' « ancien » et « vieux », portent sémantiquement une valeur axiologique. Ils expriment une polarité positive quand ils se réfèrent aux sites touristiques à des objets anciens à valeur historique. Par contre, lorsqu'ils sont liés au contexte de la commodité, des équipements ou du logement, ces adjectifs deviennent négatifs. Ils s'opposent dans ce contexte à « moderne » et à « nouveau ». C'est dans ce sens que le cas des adjectifs « ancien » et « vieux » peuvent être considérés comme stéréotypes de pensée du discours touristique. En guise de conclusion et en fonction de tous ces exemples que nous venons d'analyser, nous réaffirmons avec Laffont (1994 : 31) que les adjectifs comme tous les autres mots de la langue fonctionnent comme des « praxèmes », c'est-à-dire qu'ils connotent, à des degrés divers, les différentes pratiques caractéristiques de la société qui les manipule. En effet, les adjectifs comme tous les autres mots d'une langue sont souvent marqués du point de vue culturel. Le poids culturel du lexique d'une langue n'apparaît pas seulement dans sa globalité, dans un cadre contrastif, c'est-à-dire de confrontation entre langues mais également au niveau de la propre langue car, comme nous le rappelle Galisson (1995 : 6), « la culture est mobilisée et actualisée dans et par les mots de tous les discours dont le but n'est pas l'étude de la culture pour elle-même ». Il n'est pas indispensable la mise en contraste de deux langues pour qu'on puisse parler de « lexiculture ». Dans cette même lignée Pruvost (1999 : 405) écrit : « Le vocabulaire palpite au gré de la culture qui le sous-tend dans un réseau sans cesse irrigué sémantiquement par la civilisation environnante ». Dans le secteur touristique, les adjectifs charrient toutes sortes de jugements interprétatifs « subjectifs », inscrits dans l'inconscient linguistique de la communauté qui les emploie. Prenons comme exemple le Nunavik québécois, une « percée » francophone dans

l'Arctique canadien, où l'interprétation du sens des adjectifs « froid » et « chaud » n'a rien à avoir avec celle d'un Français ou d'un Belge ou celui des adjectifs « dangereux » et « sécuritaire », dont leur interprétation varie considérablement dépendant du pays voire de la région ou de la ville où ils sont actualisés ; citons à titre comparatif le degré de dangerosité qui peut entraîner faire une promenade sur la corniche d'une ville comme Dakar au Sénégal ou la faire dans une autre ville comme La Rochelle, en France. Nous retrouvons donc derrière l'emploi de ces adjectifs l'influence du contenu socioculturel inscrit dans les documents ici analysés. Enfin, un autre exemple nous permettra de bien illustrer cette notion, nous faisons référence aux adjectifs « poli » et « impoli ». Le thème de la politesse est classé dans la sous-catégorie sanction sociale éthique variable selon la culture et les traditions de chaque communauté. Dans notre corpus touristique, nous trouvons des cibles d'une évaluation à travers l'adjectif axiologique « impoli » :

(60) <En France, il est convenu de terminer son assiette. Cela montre aux maîtres de maison ou au chef cuisiner que le repas servi a été apprécié. Mais, en revanche, il est *impoli* de finir le plat, à moins d'avoir été invité à le faire par le maître ou la maîtresse de maison. Ces derniers s'abstiendront de mettre la pression à leurs invités avec la traditionnelle formule 'il faut finir'. Dans les pays asiatiques, terminer son assiette signifie que l'on a encore faim. Cela indique à l'hôte qu'il n'a pas préparé suffisamment de nourriture. C'est une offense à son hospitalité. Il faut donc laisser un peu de nourriture au coin de l'assiette>.

Le choc culturel existe entre deux pays francophones comme le Maroc où (61) <Il est *impoli* de porter, dans les zones rurales, les vêtements moulants ou très décolletés, les jupes courtes pour les femmes et les shorts pour les hommes. Même si les Marocains ont l'habitude des touristes, une tenue de ce type peut choquer> et la France où cette attitude serait aujourd'hui impensable. Cela nous mène à affirmer que ces « praxèmes » véhiculent souvent des normes de référence, propres à l'énonciateur francophone, que les destinataires acceptent positivement ou négativement. En outre, les valeurs affectées aux contenus socio-culturels véhiculés par les textes ici analysés peuvent être considérées en tant que facteurs d'interprétation conformes à la culture du public ciblé et non pas comme des « distorsions culturelles » ou des « intrusions dans la culture d'origine », compréhensibles pour Carrell (1990 : 18) par la non-coïncidence entre les schémas de contenu en présence. À notre avis, c'est justement cette « non coïncidence » ce qui captive l'intérêt du destinataire – touriste potentiel – qui se sent attiré par « l'inconnu », par des « valeurs exotiques » qui l'incitent à la rêverie.

3.2 Voix nominales

La polarité négative dans la signification des voix nominales est présente dans le discours touristique. Dans un discours touristique d'une agence de voyages dont l'objectif principal est la vente de paquets de vacances ou de promotions de voyages, les propriétés sémantiques de la polarité déterminent le comportement des autres éléments de la phrase et par ailleurs, contribuent à une compréhension concrète du sens ultime du discours. Tel que Corblin (1994) l'explique, nous concevons un item lexical négatif déclenchant la présence d'une

négation dans la représentation sémantique de la phrase. Les substantifs de la langue française peuvent être aussi définis à partir de leur rôle de marqueurs de subjectivité faisant véhiculer une tendance significative dans leur emploi.

Les traits de subjectivité sont notoires dans des cas comme <une *consommation* effrénée>, <un *problème* d'insécurité>, <le *danger* de mort>, <le *tourisme* de masse>, <le *manque* de budget>, <le *manque* de parkings>, <des *limites* temporaires> ou <un *impact* négatif>. Parmi ceux qui sont conçus dans une échelle d'affectivité ou d'évaluation lexicale selon la terminologie orecchionienne, l'emploi de ces subjectivèmes est dû à multiples dérivations d'une pensée subjective et des stéréotypes appartenant à l'ensemble d'une communauté linguistique. Les jugements négatifs appréciés dans ces cas concrets sont motifs d'une appréciation du sujet parlant et non d'une objectivité interne dans la signification. C'est ainsi que ces subjectivèmes sont compris lors de son usage avec un autre élément du discours, notamment les voix adjectivales. Le trait le plus présent dans ces occurrences est l'axiologique selon le cadre descriptif de Kerbrat-Orecchioni. Pour qualifier une unité lexicale en relation avec le signifiant et le dénoté. Ainsi, la production de certains cas comme <*consommation* effrénée> ou <*impact* négatif> projette un jugement évaluatif de dépréciation sur le dénoté sans lequel les voix nominales n'auraient pas de référence subjective. Voyons les exemples suivants :

(62) <*Consommation* effrénée et désastre écologique se combinent pour assombrir l'éclat de la perle indonésienne si prisée des touristes occidentaux>.

(63) <Les difficultés de la protection des espèces animales emblématiques de l'Afrique comme le rhinocéros ou l'éléphant inquiètent les professionnels du tourisme, qui redoutent qu'elles ne freinent le flot des visiteurs étrangers sur le continent. À l'évidence, elles ont un *impact* négatif – a résumé cette semaine le patron de l'Association du tourisme africain (ATA), *Naledi Khabo*>.

La comparaison avec d'autres occurrences des substantifs « consommation » et « impact » font fleurir la polarité, en sens de point de vue positif ou neutre selon Tordesillas (2005 ; 2016), qui interviendrait dans la signification intrinsèque de la langue comme *vecteur directeur* :

(64) <J'ai parlé de ce rapport avec une jeune d'origine franco-costaricienne qui a étudié le développement durable et travaille dans un lodge du secteur de l'écotourisme pour savoir s'il y avait eu des progrès sur cette question. Selon elle, cela continue malheureusement, compte tenu de l'expansion agricole et urbaine du Costa Rica, qui ne respecte pas les règles de protection des sources de captage d'eau pour la *consommation* humaine>.

(65) <Les changements affectent aussi les comportements des médias, et donc l'image des pays arabes et donc le comportement des touristes (par exemple, l'*impact* médiatique des manifestations de rue)>.

(66) <Cette année plus que jamais on entend beaucoup parler de commerce local, de valorisation des produits locaux, de *consommation* responsable, d'écologie. Nous avons la chance de vivre dans un département où la gastronomie et l'art de vivre font partie intégrante de la culture locale, les touristes nous envient alors profitons de nos richesses !>.

(67) < Ces effets sont plutôt des effets de moyen terme mais l'annonce de changements notables dans ces domaines peuvent avoir un *impact* rapide pour améliorer le climat de confiance dont la reprise de l'activité touristique a besoin >.

Ainsi, <consommation humaine> ou <impact médiatique> seraient compris par un auditoire cible comme des subjectivèmes à polarité neutre, en étant les adjectifs « humaine » et « médiatique » ceux qui neutralisent la gradation interne des substantifs. Outre ces occurrences, <consommation responsable> et <impact rapide> sont conçus dans un sens positif déterminé par les adjectifs « responsable » et « rapide ».

Voyons d'autres exemples de discours touristique où la subjectivité langagière et la polarité sont présentes :

(68) <Des activités gratuites peuvent faire le choix d'une destination. Présenter les bons plans et offres promotionnelles, mais attention aux *limites* temporelles de ces informations >.

(69) <Les Balinais restent des gens profondément attachés à leur religion et à leur culture, ils passent beaucoup de temps dans les temples, respectent les rites. Mais le *tourisme de masse* bouleverse les pratiques >.

(70) <Bali, à partir des années 1970, est vraiment devenue une destination touristique, explique Wayan Suardana, responsable de l'ONG Walhi, qui bataille pour la préservation de l'environnement. Mais au début, il s'agissait plutôt de tourisme culturel. Aujourd'hui, on assiste à un *tourisme de masse*. Et c'est bien le problème !>.

Les <limites temporelles> relèvent d'un emploi aussi affectif qu'évaluatif en sachant que l'énoncé cité avertit aux touristes d'une alerte et en supposant que l'opinion stéréotypée du sujet parlant soit réalisée au niveau de la structure lexématique est portée sur l'action d'une limitation ou d'un impact bouleversant une situation d'origine à un changement cible (Jamrozik, 1988). Une dernière occurrence de voix nominale à caractère objectif est l'unité <tourisme de masse>, elle est sous-entendue par certains dans sa signification neutre et par d'autres comme un problème survenu de la publicité et de l'abus des vacanciers. D'autres occurrences comme <combattre les *clichés*>, <la *crainte* permanente> ou <une grande *retombée*> apparaissent dans la portée de ce qui est stéréotypiquement considéré négatif et qui, en réalité, peut être compris comme un marqueur polarisé :

(71) <Pas facile, effectivement, de *combattre les clichés*, mais c'est mot après mot, réflexion après réflexion, un échange sincère après l'autre... que les généralités tombent au profit de l'individu rencontré >.

(72) <La *crainte permanente* de se faire arnaquer fausse la relation, crispe les rencontres ... et au final empêche de profiter pleinement de son voyage >.

(73) <La première étape est de définir sa cible (*backpacker*, CSP++, famille, LGBT, ...) car tous les blogs n'ont pas le même public. Ensuite, il faut travailler avec les plus populaires pour assurer une plus *grande retombée* >.

On déduit que les stratégies différentes de communication dans un discours peuvent apprécier des marqueurs polarisés entraînant la validation du contenu stéréotypique associé au lexique (Palma, 2006). <Combattre les *clichés*>, <la *crainte* permanente> ou <une grande

retombée> sont émis par un ou plusieurs locuteurs en tenant compte des voix des énonciateurs, c'est-à-dire, d'une communauté linguistique, voire culturelle. En ce sens, un stéréotype touristique vient marquer sur l'appréciation de subjectivèmes *cliché*, *crainte* ou *retombée*. <Le manque de budget> ou <le manque de parking> peuvent donner un sens interprété et donc une polarité différente. Le manque de budget ne permet pas de séjourner et le manque de parking peut le faire mais il faut garer la voiture ailleurs. Les exemples en contexte sont :

(74) <Le *manque de budget* n'est pas une excuse !>.

(75) <L'Île de Skye n'est pas seulement la plus grande île d'Ecosse, mais c'est aussi la plus accessible. En effet, un pont la relie au continent. Il est ainsi très facile d'accéder à ses merveilles pour les milliers de touristes. Le *manque de parkings* impose aux voitures un stationnement anarchique le long de la route>.

Nous considérons qu'il y a un facteur commun aux deux occurrences de « manque » : l'emploi lexical implique une polarité négative scalaire, plus ou moins importante pour atteindre l'objectif du sujet parlant. Partant de cette possibilité, d'autres cas comme le « danger de mort » ne fournit pas le même statut lexical au substantif « danger ». Il semble nécessaire pour interpréter les deux occurrences la configuration négative dans sa signification au même niveau scalaire, cela présuppose au même titre l'état affectif du danger : (76) <Une vague a happé six personnes qui furent en *danger* de mort avec une eau à zéro degré. Elles ont eu la chance d'être secourues par un guide local qui les a tirées de l'eau glacée>. Un dernier exemple binaire permettant la polarité négative et la classification axiologique est un *problème d'insécurité* : (77) <Vous avez tort, le Mexique est considéré comme un pays avec des *problèmes d'insécurité*, mais il n'y a pas d'attaques dans tous les coins>. La nature du groupe peut être très différente mais il suffit que l'association soit possible entre les deux substantifs pour que le point de vue négatif demeure. Les problèmes et les limites amènent des circonstances adverses qui ne positivent pas le résultat désiré par le sujet parlant. Décrire les processus internes de la langue au niveau du lexique entretient des traits significatifs procédant de la polarité conçue dans la signification même de la particule substantivée. Nous avons donné un aperçu de différentes occurrences possibles qui peuvent se poser à propos de la subjectivité négative dans la substantivité concernant le discours de la publicité touristique. Parler de la signification de subjectivèmes et de la subjectivité intrinsèque autour du concept de polarité entraîne une description du sens du lexique (Tordesillas, 2008). L'explication sémantique comprend des traits affectifs et évaluatifs décrivant la signification interne des voix nominales. Il nous reste à vérifier d'autres types de discours touristique d'ordre social afin de peaufiner les recherches attendues et étant donné la rare variété récupérée de substantifs à polarité négative.

4. Conclusions

Dans ce travail de recherche nous nous sommes intéressées à la possible existence d'un lexique à polarité négative dans le domaine du tourisme. Nous avons repéré à cet effet

les voix adjectivales et nominales de notre corpus, et nous avons observé, d'après les occurrences analysées, si dès une perspective sémantique les ressources linguistiques, marqueurs de la polarité négative des mots, étaient d'application ou non au sein du discours touristique.

Pour parvenir à tel résultat nous avons classé, par notation manuelle, les potentielles voix adjectivales et nominales à polarité négative dans ce secteur spécialisé. Les résultats de cette expérience ont mis en évidence que, parmi les 398 adjectifs et les 1652 substantifs, il n'y a qu'une petite quantité, environ 5 % des cas, difficilement mesurable de voix adjectivales et nominales à polarité négative compte tenu de la pluralité polysémique de certaines occurrences.

Notre hypothèse se vérifie lorsqu'une visée stéréotypée peut être alors déclenchée par l'emploi particulier de ces voix, conçues dans un premier moment à caractère négatif mais neutre ou positif dans une deuxième étape qui détermine en fin de compte le sens ultime de l'énoncé. L'emploi de ces voix adjectivales et nominales dans un système d'extraction d'informations montre, par conséquent, que les résultats de la classification du lexique, présent dans les documents touristiques ici analysés, sont notamment positifs. La négativité resterait neutre et dans la majorité des cas ne servirait qu'à renforcer la positivité des occurrences, apparemment négatives, tel que nous avons constaté par de nombreux exemples ci-dessus cités. En fonction de tout cela, nous réaffirmons comment la « subjectivité » du discours est marquée au niveau linguistique car « Delimitamos la naturaleza según las líneas establecidas por nuestra lengua. Ningún individuo, por muy libre que se considere, puede describirla con absoluta imparcialidad dadas las limitaciones impuestas por su interpretación » (Whorf, 1971: 72).

En ce qui concerne les choix linguistiques dans le domaine du tourisme nous pouvons conclure que l'emploi des voix adjectivales et nominales dans ce discours spécialisé se fonde sur une double norme : interne à l'objet support de la qualité et spécifique du locuteur ; c'est-à-dire, interprétative, dans l'opération dénotative et énonciative, dans l'opération expressive. Des facteurs psycho-pragmatiques, logiques et sociaux, assez divers, interviennent dans la sensibilité polaire, comme on a pu le constater, déterminant les déclencheurs ou éléments favorisant le sens positif ou négatif, les éléments compatibles avec le sens des mots ou items à polarité positive ou négative, le propre sens positif ou négatif ainsi que d'autres sens en relation avec lui, en tant que cause et conséquence de la présence des deux aspects précédents.

Par ailleurs, notamment dans un domaine multidisciplinaire comme le touristique, il faudrait ajouter des notions liées à la fonction conversationnelle, où des échelles sont utilisées pour obtenir des effets rhétoriques particuliers faisant référence à un point scalaire minimum qui transforme l'expression en une proposition maximalement emphatique.

Enfin, nous constatons comment les voix adjectivales et nominales à polarité négative qui s'y glissent parfois dans le discours touristique, sauf dans les discours informatifs publiés par des organismes officiels de consultation recommandée avant l'organisation d'un

voyage, ont, dans la plupart des cas, une fonction très concrète : mettre en avant la *positivation* de ce secteur économique très porteur.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AHMED, Mohamed (2017) : *Le tourisme et les voyages dans l'Égypte Ancienne*. Paris, Didier. URL : <http://henripoincarepapers.univ-lorraine.fr/chp/hp-pdf/hp1917sh.pdf>
- AMOSSY, Ruth (1991) : *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*. Paris, Nathan.
- AMOSSY, Ruth & Anne HERSCHBERG PIERROT (2009 [1997]) : *Stéréotype et cliché*. Paris, Armand Colin, 3^e éd.
- ANSCOMBRE, Jean-Claude (1995) : *La théorie des topoï*. Paris, Éditions Kimé.
- ANSCOMBRE, Jean-Claude (2001) : « Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes ». *Langages*, 142, 57-76. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.2001.883>
- ANSCOMBRE, Jean-Claude & Oswald DUCROT (1983) : *L'argumentation dans la langue*. Liège, Mardaga, 3^e éd.
- ARGONI, Mirella (2012): « Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference ». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10, 5-11.
- BALBONI, Paolo (1989): «La microlingua del turismo come fascio di microlingue», in *Microlingua e letteratura nella scuola superiore*,. Brescia, La Scuola, 56-61.
- BARTHES, Roland (1985) : *L'aventure sémiologique*. Paris, Éditions du Seuil.
- BENVENISTE, Émile (1958) : « De la subjectivité dans le langage ». *Journal de Psychologie*, 55 : 3, 257-265.
- BROCKWAY, Diane (1982) : « Connecteurs pragmatiques et principe de pertinence ». *La signalisation du discours*. Paris, Larousse, 7-22. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.1982.1968>
- CALVI, María Victoria & Milin BONOMI (2008): «El lenguaje del turismo: de los textos especializados a la Comunidad del viajero» in C. Navarro, R. M. Rodríguez Abella, F. Dalle Pezze & R. Miotti (eds.), *La comunicación especializada*. Bern, Peter Lang, 181-202.
- CARRELL, Patricia L. (1990) : « Rôle des schémas de contenu et des schémas formels ». *Le Français dans le monde, Recherches et applications*, spécial, février-mars, 16-29.
- CHARAUDEAU, Patrick (1992) : *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris, Hachette.
- CORBLIN, Francis (1994) : « Sémantique des négatifs multiples ». *Linx*, 5, 279-298. DOI : <https://doi.org/10.4000/linx.1222>
- CULIOLI, Antoine (1999) : *Pour une linguistique de l'énonciation : espace notionnel*, tome 1. Paris, Orphys.
- Ducrot, Oswald (1975) : « Je trouve que ». *Semantikos*, 1 : 7, 63-88.
- DUCROT, Oswald (1980) : *Dire et ne pas dire*. Paris, Minuit.
- DUCROT, Oswald (1984) : *Le dire et le dit*. Paris, Minuit.

- DUCROT, Oswald (1995 [1988]) : « Topoi et formes topiques », in J.-C. Anscombre (éd.), *La théorie des topoi*. Paris, Éditions Kimé, 85-99, 2^e éd.
- FAUCONNIER, Gilles (1975) : « Pragmatic functions and mental spaces ». *Cognition*, 10, 85-88. DOI: [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(81\)90029-9](https://doi.org/10.1016/0010-0277(81)90029-9)
- FAUCONNIER, Gilles (1976): « Implication Reversal in a Natural Language », in F. Guenther & S. J. Schmidt (éds), *Formal Semantics and Pragmatics for Natural Languages*. Dordrecht, Springer, 289-301.
- FISCHER, Gustave-Nicolas (1996) : *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Bruxelles, Dunod.
- FISHMAN, Joshua A. (1956): « An examination of the process and functions of social stereotyping ». *The Journal of Social Psychology*, 43, 27-64. DOI : <https://doi.org/10.1080/00224545-1956.9919199>
- GALATANU, Olga (2000) : « Langue, Discours et systèmes de valeurs », in Eija Suomela-Salmi (éd.), *Curiosités linguistiques*. Turku, Université de Turku, 80-102.
- GALISSON, Robert (1995) : « Où il est question de lexiculture, de cheval de Troie, et d'impressionnisme ». *Études de Linguistique Appliquée. Revue de Didactologie des langues-cultures*, 97, 5-14.
- GIANNAKIDOU, Anastasia (2011): « Negative and positive polarity items », in C. Maienborn, K. von Stechow & P. Portner (éds.), *Semantics: An International Handbook of Natural Language Meaning*. Berlin, Mouton de Gruyter, 1660-1712, 2^e éd.
- GRANDJEAN, Didier; David SANDER; & Klaus R. SCHERER (2005): « A systems approach to appraisal mechanisms ». *Emotion in Neural Networks, The official journal of the International Neural Network Society*, 18, 317-352.
- HADERMANN, Pascale ; Michel PIERRARD & Dan van RAEMDONCK (2010) : « La scalarité dans tous ses aspects ». *Langue française*, 165, 3-15. DOI : <https://doi.org/10.3917/lf.165.0003>
- HERNÁNDEZ PARICIO, Francisco (2006) : « Négation et polarité : les métaphores de la quantité ». *Langages*, 162, 73-89. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.2006.2695>
- HORN, Laurence R. & Yasuhiko KATO [éds.] (2000): *Negation and Polarity: Syntactic and Semantic Perspectives*. Oxford, University Press.
- ISRAEL, Michael (2001): « Minimizers, Maximizers and the Rhetoric of Scalar Reasoning ». *Journal of Semantics*, 18, 297-331. DOI : <https://doi.org/10.1093/jos/18.4.297>
- JAKOBSON, Roman (1963) : *Essais de linguistique générale*. Paris, Les Éditions de Minuit.
- JAMROZIK, Elżbieta (1988) : « De la subjectivité dans le lexique ». *Langages*, 89, 87-96. DOI: <https://doi.org/10.3406/lgge.1988.1984>
- JESPERSEN, Otto (1917): *Negation in English and Other Languages*. Copenhagen, A.F. Hst. [Réimprimé à Londres et Tokyo, George Allen & Unwin, Ltd. & Sejo Publishing Co, 1962].
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1980) : *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Paris, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2008) : *Les actes de langage dans le discours*. Paris, Armand Colin.

- KILGARRIFF, Adam *et al.* (2014): « The sketch engine: ten years on ». *Lexicography*, 1 : 1, 7-36. DOI : <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>
- LAFFONT, Robert (1994) : « La praxématique en son temps : deux propositions théoriques », in J. F. Corcuera, M. Djian & A. Gaspar (éds.), *La Lingüística francesa. Situación y perspectivas a finales del siglo XX*. Zaragoza, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 29-39.
- LAROUSSE (s.d.) : *Dictionnaire français en ligne*. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>.
- LARRIVÉE, Pierre (2007) : *Du tout au rien : libre-choix et polarité négative*. Paris, Champion.
- LARRIVÉE, Pierre (2012) : « Positive polarity items, negation, activated propositions ». *Linguistics*, 50 : 4, 869-900. DOI : <https://doi.org/10.1515/ling-2012-0027>
- Le Robert dico en ligne*. URL: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cher>
- LEYENS, Jacques-Philippe ; Georges SCHADRON & Y. Yzerbyt VINCENT (1999) : *Stéréotypes et cognition sociale*. Paris, Mardaga.
- LIPPMANN, Walter (1946 [1922]): *Public Opinion*. New York, Pelican Books, 2^e éd.
- LTTR13 (2013) : « La subjectivité : lectures critiques entre grammaire et texte ». *Revista de Estudios Linguísticos*, 8, 1-19.
- MAPELLI, Giovanna (2013): «El léxico de las guías descriptivas», in Luisa Chierichetti & Giovanni Garofalo (éds.), *Discurso profesional y lingüística de corpus. Perspectivas de investigación*. Bergamo, CELSB Libreria Universitaria.
- MARTIN, James R. & Peter R.R. WHITE (2005): *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. New York, Palgrave Macmillan.
- NEVEU, Franck & Audrey ROIG [éd.] (2019) : *L'Adjectivité : Approches descriptives de la linguistique adjectivale*. Berlin et Boston, Walter de Gruyter GmbH. DOI : <https://doi.org/10.1515/9783110604788>
- PALMA, Silvia (2006) : « Les locutions à polarité négative : une approche stéréotypique ». *Langages*, 162, 61-72. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.2006.2694>
- POINCARÉ, Henri (1917) : *La science et l'hypothèse*. Paris, Flammarion. URL : <http://henripoincare-papiers.univ-lorraine.fr/chp/hp-pdf/hp1917sh.pdf>
- PRUVOST, Jean (1999) : « Lexique et vocabulaire : une dynamique d'apprentissage ». *Études de Linguistique Appliquée. Revue de Didactologie des langues-cultures*, 116, 395-419.
- SCHERER Klaus R.; Angela SCHORR & Tom JOHNSTONE (2001): *Appraisal Processes in Emotion. Theory, Methods, Research*. Series in Affective Science. Oxford, University Press.
- SILLAMY, Norbert (1980) : *Dictionnaire encyclopédique de psychologie a-k*. Paris, Bordas.
- TORDESILLAS, Marta (1998) : « Esbozo de una teoría dinámica de la lengua en el marco de una semántica argumentativa ». *Signo y Seña*, 9, 40-59.
- TORDESILLAS, Marta (2005) : « Connecteurs et configuration sémantique/pragmatique. Une histoire de point de vue », in Pierre-Yves Raccah (dir.), *Signes, Langues et cognition*. Paris, L'Harmattan, 45-70.
- TORDESILLAS, Marta (2008) : « À propos du signe linguistique. Énonciation, argumentation et stéréotype », in Antonio Moreno Sandoval. (dir.), *El valor de la diversidad (meta)lingüística*:

- Actas del VIII congreso de Lingüística*. Madrid, Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid. 114-134. URL: <http://www.llf.uam.es/clg8/actas/index.html>
- TORDESILLAS, Marta (2016) : « À la recherche des points de vue dans la langue ». *Corela, Cognition, représentation, langage*, HS 19. DOI : <https://doi.org/10.4000/corela.4270>.
- TORDESILLAS, Marta (2021) : « Dictum et Modus : Débats historiques, nouvelles approches et analyses de la subjectivité dans la langue », in Louise Behe, Marion Carel, Corentin Denuc & Julio Cesar Machado (éds), *Cours de sémantique argumentative*. São Carlos, Pedro & João Editores, 269-310. DOI : <https://doi.org/10.51795/9786558693079>
- VERNIER, Matthieu (2011) : *Analyse à granularité fine de la subjectivité*. Thèse de doctorat. Université de Nantes, spécialité informatique. Nantes. URL : <http://archive.bu.univ-nantes.fr/pollux/-show.action?id=8068ff47-02a3-44ab-af26-04f4eb2955dl>
- VIALON, Philippe (2013) : « La communication touristique, une triple invention ». *Mondes du Tourisme*, 7, 2-11. DOI: <https://doi.org/10.4000/tourisme.171>
- WHORF, Benjamin L. (1971): *Lenguaje, pensamiento y realidad*. Barcelona, Barral.

ANNEXE – Références des exemples

- 1-4. <https://www.diplomatie.gouv.fr> (Date de consultation : 25/03/2022).
- 5-10. <https://demarchesadministratives.fr> (Date de consultation : 04/04/2022).
- 11-13. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/cote-d-ivoire/> (Date de consultation : 23/03/2022).
- 14-16. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/mali/> (Date de consultation : 23/03/2022).
- 17-19. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/benin/> (Date de consultation : 21/03/2022).
- 20-22. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/burkina-faso> (Date de consultation : 18/03/2022).
- 23-24. https://www.lemonde.fr/international/article/2012/03/20/bali-c-est-fini_1736348_3210.html (Date de consultation : 25/03/2022).
- 25-26. <https://fredalaventure.blogspot.com/2018/03/touriste-voyageur-ou-routard.html> (Date de consultation : 21/03/2022).
27. <https://www.leclercvoyages.com/agences> (Date de consultation : 27/03/2022).
28. <https://www.tui.fr/> (Date de consultation : 22/03/2022).
29. <https://www.worldia.com/> (Date de consultation : 26/03/2022).

30. https://www.routard.com/forum_message/3628678/le_nicaragua_est_il_un_pays_violent.htm (Date de consultation : 22/03/2022).
31. <https://www.tripadvisor.fr> (Date de consultation : 22/03/2022).
32. <https://www.tripadvisor.fr> (Date de consultation : 29/03/2022).
33. <https://www.louisedrouin.com/accueil> (Date de consultation : 13/04/2022).
34. <https://claudegrandpeyvolcansetglaciers.com/2016/02/28/les-effets-negatifs-du-tourisme-de-masse-en-islande-the-negative-effects-of-mass-tourism-in-iceland/> (Date de consultation : 02/04/2022).
35. <https://www.carbelfrance.fr/blog/7-destinations-reve-menacees-tourisme-masse/> (Date de consultation : 01/04/2022).
36. <https://lesplaneteurs.fr> (Date de consultation : 21/03/2022).
37. <https://www.litigo.fr> (Date de consultation : 19/03/2022).
38. <https://www.promovacances.com> (Date de consultation : 04/04/2022).
39. <https://blog.pays-bergerac-tourisme.com> (Date de consultation : 05/04/2022).
40. <https://www.guideislande.com/geyser/> (Date de consultation : 01/04/2022).
41. <https://www.visagesdumonde.fr> (Date de consultation : 21/03/2022).
- 42-44. <https://www.guideislande.com/geyser> (Date de consultation : 04/04/2022).
- 45-46. https://www.tripadvisor.es/Vacation_Packages-g294310-Galapagos_Islands-Vacations.html (Date de consultation : 25/03/2022).
- 47-48. https://www.lemonde.fr/international/article/2012/03/20/bali-c-est-fini_1736348_3210.html (Date de consultation : 19/03/2022).
- 49-52. <https://www.selectour.com> (Date de consultation : 21/03/2022).
53. <https://www.richou-voyages.fr/destinations/europe/danemark/> (Date de consultation : 04/04/2022).
- 54-55. www.maryleynaert-selectour.com/#/ (Date de consultation : 04/04/2022).
56. <https://rivtours.com/> (Date de consultation : 06/04/2022).
57. [http://www.trip-normand.fr./](http://www.trip-normand.fr/) (Date de consultation : 08/04/2022).
58. <https://www.leclercvoyages.com/agences> (Date de consultation : 21/03/2022). 59. <https://www.louisedrouin.com/accueil> (Date de consultation : 29/03/2022).
- 60-61. <http://www.visagesdumonde.fr/> (Date de consultation : 04/04/2022).
62. https://www.lemonde.fr/international/article/2012/03/20/bali-c-est-fini_1736348_3210.htm (Date de consultation : 07/04/2022).
63. <https://journalmetro.com/plus/vacances/1375754/edimbourg-sinquiete-de-la-progression-du-tourisme-de-masse/> (Date de consultation : 06/04/2022).

64. <https://www.abime-concept.com/blog/2013/03/02/15-idees-darticles-pour-votre-blog-e-tourisme/> (Date de consultation : 01/04/2022).
65. <http://www.scp-moyse.com/blog/blog-tourisme/3-blog-tourisme/41-limpact-des-crisis-sur-le-tourisme> (Date de consultation : 03/04/2022).
66. <https://blog.pays-bergerac-tourisme.com> (Date de consultation : 06/04/2022).
67. <http://lesplaneteurs.fr> (Date de consultation : 06/04/2022).
68. <https://www.abime-concept.com/blog/2013/03/02/15-idees-darticles-pour-votre-blog-e-tourisme/> (Date de consultation : 06/04/2022).
- 69-70. https://www.lemonde.fr/international/article/2012/03/20/bali-c-est-fini_1736348_3210.html (Date de consultation : 06/04/2022).
- 71-72. <https://www.unsacsurledos.com/pourquoi-les-backpackers-ont-mauvaise-reputation/> (Date de consultation : 03/04/2022).
73. <http://www.etourisme.info/faut-travailler-blogueurs-de-voyage/> (Date de consultation : 06/04/2022).
- 74-75. <https://www.carbelfrance.fr/blog/7-destinations-reve-menacees-tourisme-masse/> (Date de consultation : 04/04/2022).
76. <https://claudegrandpeyvolcansetglaciers.com/2016/02/28/les-effets-negatifs-du-tourisme-de-masse-en-islande-the-negative-effects-of-mass-tourism-in-iceland/> (Date de consultation : 06/04/2022).
77. <https://www.bestjobersblog.com/faut-il-avoir-peur-d-aller-au-mexique/> (Date de consultation : 06/04/2022).