

## MANIFESTATION DES VOIX DANS LES GUIDES TOURISTIQUES SUR L'ALGÉRIE, LA FRANCE ET LA TURQUIE

## MANIFESTATION OF VOICES IN TOURIST GUIDES TO ALGERIA, FRANCE AND TURKEY

**Nabila BENNEFISSA<sup>1</sup>**

Université Belhadj Bouchaib, AIN TEMOUCHENT/Algérie  
Laboratoire : Le discours communicatif algérien moderne  
bureau.id@gmail.com

**Belabbas BOUTERFAS**

Université BELHADJ BOUCHAIB AIN TEMOUCHENT/Algérie  
bouterfas1984@yahoo.fr

**Résumé :** C'est selon la démarche de l'analyse argumentative, notamment de celle du dialogisme comme procédé argumentatif, que nous abordons le discours touristique. Ce dernier est le résultat d'une combinaison d'informations linguistiques et situationnelles donnant une production discursive inscrite dans un champ social. Cet article synthétise et détermine les fréquences des différentes instances énonciatrices et voix qui se font entendre dans le discours touristique (dix guides touristiques : quatre sur l'Algérie, trois sur la France et trois sur la Turquie), pour participer à l'expression de la persuasion chez le lecteur, et procurer chez lui l'envie de voyager.

**Mots-clés :** guide touristique, discours touristique, dialogisme, voix, consciences, argument, persuasion.

**Abstract:** It is according to the argumentative analysis approach, in particular dialogism as an argumentative process, that we approach the tourist discourse, the latter is the result of a combination of linguistic and situational information giving a discursive production inscribed in a social field, it contributes to the creation of a different world that reveals potential and that the reader organizes to visit. This article synthesizes and identifies the different enunciating bodies and voices that are heard in tourist discourse, to participate in the expression of persuasion in the reader, and to make him want to travel.

**Keywords :** tourist guides, tourist discourse, dialogism, voice, conscience, argument, persuasion

\* \* \*

ous nous intéressons aux discours professionnels, notamment à ceux des guides touristiques. Pris dans son sens large le guide touristique est consacré à la promotion d'une destination (lieu, ville, pays, édifice, espaces ...), dont la conception résulte d'un travail de collaboration entre un écrivain et un artiste réunissant des textes et des images. Il est légitimé par une institution ou un organisme qui lui

<sup>1</sup> Auteur correspondant : Nabila Bennefissa ; bureau.id@gmail.com

attribuent l'autorité d'une source d'informations minutieuses sur les destinations à visiter, les formalités de voyage, de l'accueil et du séjour. Car selon Seoane :

Un guide est tenu de fournir, dans un souci de clarté et de lisibilité, une information qui se donne pour objective (autant qu'elle puisse l'être) sur les lieux de destination et sur les conditions de voyage, d'accueil et de séjour. Sa mission est à la fois de préparer et d'accompagner le lecteur dans son séjour, ce qui suppose en amont une prise en compte des diverses formes de tourisme possibles, élaborée à partir d'un profil type de la clientèle, ciblée selon ses desiderata et ses attentes. (2013 :34)

Certains guides touristiques sont conçus pour être vendus, selon Kerbrat-Orecchioni « Car il faut bien que les guides se vendent, donc qu'ils suscitent chez le lecteur le désir du voyage plutôt que de l'en dissuader » (Kerbrat-Orecchioni, 2004 :135) ; par conséquent, le discours en soi, qui constitue le guide touristique, est le produit à vendre, ce qui lui impose une qualité d'information valide, positive et en même temps exhaustive sur l'attraction touristique. Le recours au dialogisme est le mode approprié pour persuader et susciter la curiosité du lecteur pour visiter une destination. A travers la présente étude consacrée aux différents aspects de la représentation de la parole, nous essayerons d'approcher la question des voix qui se font entendre dans le discours touristique, et nous les soumettons à l'analyse en suivant la notion du dialogisme. Nous interrogerons non seulement les formes dialogiques engagées dans le discours touristique, mais aussi l'apport du dialogisme en termes d'expression de la persuasion. Notre hypothèse repose sur le fait que le discours touristique s'enrichit et se conçoit suite à un transfert permanent de différentes sources et voix d'autrui.

## 1. Corpus des guides touristiques

Le corpus sur lequel repose notre recherche est composé d'extraits de guides touristiques. Nous avons procédé à la sélection de dix (10) guides touristiques<sup>2</sup> différents sur les plans de la thématique, de la conception et de l'institution<sup>3</sup>. Ces guides émanent de trois pays : quatre guides sur l'Algérie, trois guides sur la France et trois guides sur la Turquie. Le choix des trois pays l'Algérie, la France et la Turquie s'est effectué foncièrement sur la base de la diversité des statuts de la langue française. En France, la langue française est la langue officielle, en Algérie, elle possède le statut de langue étrangère, mais sur le plan sociolinguistique, elle est plutôt langue seconde, en Turquie, elle est langue étrangère et son usage est très réduit. Puis, notre choix s'est basé sur la situation du secteur touristique, la France est la première destination touristique au monde, la Turquie représente une destination prisée, alors qu'en Algérie, ce secteur reste marginal et est encore en voie de développement.

Pour analyser ce corpus, nous nous inscrirons dans le champ de l'analyse du discours, notamment celui de l'analyse de l'argumentation ; étant donné que le guide touristique, qui relève du discours spécialisé, compte une régularité discursive particulière, comme l'exprime Abry : « L'analyse des discours spécialisés permet donc de mettre en évidence leurs caractéristiques linguistiques, pragmatiques, etc. et de les situer dans une pratique professionnelle ou disciplinaire [...] ». (Abry, 2007 : 39).

Nous allons procéder à l'analyse de la présence de la parole dans le discours des guides touristiques, et nous la classerons selon le type de dialogisme. Dans un deuxième temps,

---

<sup>2</sup> Les références de ces guides sont exposées dans la bibliographie.

<sup>3</sup> Le terme « conception » indique la forme, les dimensions, l'orientation et le volume et par « institution » on désigne l'organisme accordant l'autorité de confectionner le guide touristique.

nous allons faire ressortir l'appui de cette présence dans l'expression de la persuasion dans le discours touristique.

Afin d'assurer une certaine logique dans l'exposé et l'analyse du corpus, et afin d'assurer l'intelligibilité de notre propos, nous avons procédé au codage de chaque guide et extrait du corpus de cette recherche, comme ci-après :

Tableau 1. Corpus et codage des guides touristiques

Le pays	Guide touristique	Codage du guide	Codage de l'extrait
Algérie	Tlemcen guide touristique	GTA <sub>1</sub>	EN° GTA <sub>1</sub>
	Hoggar-Tassili voyage dans le temps	GTA <sub>2</sub>	EN° GTA <sub>2</sub>
	Ain Témouchent -l'enchantement révélé-	GTA <sub>3</sub>	EN° GTA <sub>3</sub>
	Sidi Bel Abbes -guide touristique-	GTA <sub>4</sub>	EN° GTA <sub>4</sub>
France	Guide Touristique 2012- Périgord Noir Vallé	GTF <sub>1</sub>	EN° GTF <sub>1</sub>
	Strasbourg le guide	GTF <sub>2</sub>	EN° GTF <sub>2</sub>
	Lille -2018 le guide-	GTF <sub>3</sub>	EN° GTF <sub>3</sub>
Turquie	Istanbul le berceau des civilisations	GTT <sub>1</sub>	EN° GTT <sub>1</sub>
	Turquie Contry guide	GTT <sub>2</sub>	EN° GTT <sub>2</sub>
	Turquie périple anatolien	GTT <sub>3</sub>	EN° GTT <sub>3</sub>

### 1. Le discours touristique : résultat de l'interaction des voix

Le discours est le résultat d'un processus d'interaction d'une conscience individuelle et d'une autre, il fait appel au dialogisme, car au sens de Bakhtine le dialogisme est relatif au discours en général, il définit les différentes formes de la présence de l'autre dans le discours. Todorov considère que l'achèvement de la conscience n'est assuré que par l'autrui :

Je ne peux me percevoir moi-même dans mon aspect extérieur, sentir qu'il m'englobe et m'exprime... En ce sens, on peut parler du besoin esthétique absolu que l'homme a d'autrui, de cette activité d'autrui qui consiste à voir, retenir, rassembler et unifier, et qui seule peut créer la personnalité extérieurement finie; si autrui ne la crée pas, cette personnalité n'existera pas. (Todorov, 1981 : 148).

Il souligne, de plus, qu'on ne peut pas porter de jugement sur soi-même, ni nous apercevoir extérieurement, cet aspect extérieur de la personnalité ne nous appartient pas et il n'est accompli que par le *besoin esthétique d'autrui*, c'est l'activité d'autrui qui conçoit cette personnalité par l'accomplissement de certaines opérations telles que *voir, retenir, rassembler et unifier*.

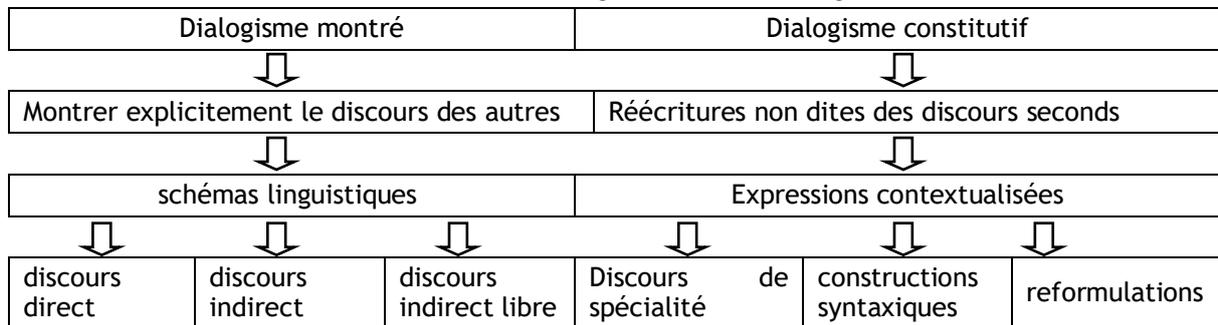
Todorov ajoute que « L'homme ne possède pas de territoire intérieur souverain, il est entièrement et toujours sur une frontière ». (Todorov, 1981 :148). En effet, nous ne façonnons pas une langue pour les exigences de notre subjectivité individuelle, nous acquérons la langue d'autrui et les termes y demeurent marqués des emplois d'autrui.

Par ailleurs, le dialogisme se réalise en deux formes « Dialogisme montré, dialogisme constitutif ; face à ce dernier, qui se cache ou se masque derrière les mots, les constructions syntaxiques, et les reformulations ou les réécritures non dites des discours second ». (Charaudeau et Maingueneau, 2002 :176).

Tout autre est le niveau du dialogisme "montré", c'est-à-dire de la représentation qu'un discours donne lui-même de son rapport à l'autre, de la place qu'il lui fait , explicitement, en désignant la chaîne au moyen d'ensemble de marques linguistiques, des points d'hétérogénéité. (Authier-Revuz , 1985 : 118).

Les citations ci-dessus démontrent l'existence de deux types de formes de dialogisme, le premier est "montré" alors que le deuxième est "constitutif", nous schématisons cette distinction comme suit :

Schéma 1. Distinction entre dialogisme montré/dialogisme constitutif



Dans ce qui suit, nous abordons la «manifestation» des voix dans notre corpus, et par la suite nous allons déterminer le dialogisme dominant. Parcourons ces voix, dans ce qui suit :

## 2. 1. Apport de la voix de l'historien dans le discours touristique

La conception du discours touristique n'est accomplie qu'après un enrichissement et un transfert permanent de différentes sources et voix d'autrui, explorons d'abord la voix des historiens à travers les extraits suivants :

### E1GTA<sub>4</sub>

La ville de Sidi Bel-Abbés demeure profondément marquée par l'urbanisme de sa naissance, urbanisme qui a fait dire à **Napoléon III**, lors de sa visite (**mai 1865**), «**C'est un petit Paris** ». Ainsi, la ville porte-t-elle, dans son architecture, tous les styles en vogue de la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> et du 20<sup>ème</sup> siècle. [...]. (GTA<sub>4</sub> : 14)

### E2GTA<sub>3</sub>

Entre les noms d'Albulae et d'AinTémouchent, s'insère celui de Kasr Sinane au X<sup>e</sup> siècle, **cité par les géographes arabes (El Bekri, El J Idrissi)** dans la description de leurs périple. **L'historien arabe El Bekri raconte** son passage par AinTémouchent, et dit avoir connu ce ksar, entouré d'agréables jardins arrosés par l'oued Senan. On ne sait quand l' appellation arabo-berbère s'impose. AinTémouchent tire son nom de l'arabe (**aïn**) «**source**», et du berbère (**tuccent**) «**la chacale**», ce qui donne «**la Source de la chacale**». A la conquête espagnole, elle devint «**Rio Salado**» ou «**rivière salée**». **Certains géographes arabes de l'époque médiévale désignent** la ville du nom de Zeydour. (GTA<sub>3</sub> :46)

### E3GTA<sub>3</sub>

Des comptoirs punique ou phénicien, Siga est devenue l'une des capitales de l'Afrique antique (**vers la fin du III<sup>e</sup> siècle avant J-C**). Elle est gouvernée par le roi berbère Syphax, dont le royaume englobait les deux tiers de l'Algérie et une partie du Maroc (**jusqu'à la Moulouya**). Lors des guerres puniques, au cours desquelles l'Afrique a pris une part active, Massinissa, ennemi de Syphax et roi des Massyliens, dont la capitale était Cirta (**actuelle Constantine**), [...] A la fin du premier siècle après J-C., [...]. En 119, sous le règne de l'empereur Trajan, [...]. Au III<sup>e</sup> siècle, le limes fut déplacé plus au sud et le présidium, perdant son caractère militaire, devient la cité d'**Albulae**. Le nom antique de Ain Témouchent, Albulae, **signifie, en latin, «la blanche**». (GTA<sub>3</sub> :51)

En abordant le thème du tourisme historique de la ville de Sidi Bel Abbes, notamment son développement urbanistique, le discours touristique dans l'extrait **E1GTA<sub>4</sub>**, fait entendre la voix de l'historien, en employant le style direct, par le report de l'appréciation de

Napoléon III sur la ville de Sidi Bel Abbas «*C'est un petit Paris* ». Dans le **E2GTA<sub>3</sub>** qui traite l'histoire de la wilaya d'Ain Témouchent, le discours touristique fait intervenir les historiens à travers un style indirect libre en introduisant leurs propos dans le discours « cité par les géographes arabes (El Bekri, El J Idrissi) dans la description de leurs périple », « L'historien arabe El Bekri raconte son passage », « certains géographes arabes de l'époque médiévale désignent la ville » ces deux styles direct et indirect libre représentent une caractéristique du dialogisme, car selon Bakhtine c'est le « discours d'autrui » (Bakhtine, 1929/1977 :159), ainsi défini :

Nous entendons par là les schémas linguistiques (discours direct, discours indirect, discours indirect libre) (...) servant à la transmission des énonciations d'autrui et à l'intégration de ces énonciations, en tant qu'émanant d'autrui, dans un contexte monologué cohérent . (Bakhtine, 1929/1977 :159)

Aussi la voix de l'historien est repérée, dans les trois extraits **E1GTA<sub>4</sub>**, **E2GTA<sub>3</sub>** **E3GTA<sub>3</sub>**, à travers des signes et des expressions relevant du domaine historique, tel que la présence des dates (*mai 1865/ en 119*), des périodes (*punique ou phénicien /seconde moitié du 19ème et du 20 siècle / Xe siècle/ vers la fin du IIIe siècle avant J-C/ guerres puniques/ Au IIIe siècle,*) et des personnalités qui ont marqué l'histoire (*Napoléon III / Massinissa / Syphax / roi des Massyliens*).

Pareillement, dans les trois extraits **E1GTA<sub>4</sub>**, **E2GTA<sub>3</sub>** et **E3GTA<sub>3</sub>**, le discours touristique, fait appel à la voix de l'historien par l'usage de deux types de reformulations :

- *La reformulation paraphrastique* : dans l'extrait **E3GTA<sub>3</sub>** (*Le nom antique de Ain Témouchent, Albulae, signifie, en latin, «la blanche».*), il s'agit d'une reformulation paraphrastique marquée par « *signifie* », qui a pour but de donner une explication.

Ces marques de reformulation ont des propriétés polyphoniques :

Tous les marqueurs de reformulation - paraphrastique ou non - de par leur sémantisme, de par les instructions qu'ils délivrent en langue sont nécessairement aussi des marqueurs de polyphonie. Quelle que soit leur spécificité, ils signalent invariablement des phénomènes de déboulement vocalique assimilables de plein droit à des valeurs polyphoniques. (Kara 2004 : 42).

- *La reformulation non paraphrastique* : ce deuxième type de reformulation porte des marques de ponctuation telles que la parenthèse et les guillemets comme le montre les trois extraits suivants :

- **E1GTA<sub>4</sub>** :

- [...] *Napoléon III, lors de sa visite (mai 1865)* : reformulation mise entre la parenthèse précisant la date de la visite de Napoléon III.

- **E2GTA<sub>3</sub>** :

- [...] *cité par les géographes arabes (El Bekri, El J Idrissi)* : reformulation mise entre la parenthèse indiquant les noms des géographes.
- [...] *AinTémouchent tire son nom de l'arabe (aïn) «source», et du berbère (tuccent) «la chacale», ce qui donne «la Source de la chacale». [...] «Rio Salado» ou «rivière salée»* : reformulations mises entre les guillemets portant la traduction française des termes : (*aïn*) «source», / (*tuccent*) «la chacale», / «Rio Salado» ou «rivière salée».

- **E3GTA<sub>3</sub>** :

- *Siga est devenue l'une des capitales de l'Afrique antique (vers la fin du III<sup>e</sup> siècle avant J-C)* : reformulation mise entre la parenthèse et qui détermine la période pendant laquelle Siga était capitale de l'Afrique.
- *[...] une partie du Maroc (jusqu'à la Moulouya)* : reformulation mise entre la parenthèse expliquant les limites du royaume de Syphax qui s'étendait jusqu'au Maroc.
- *[...] capitale était Cirta (actuelle Constantine)* : reformulation mise entre la parenthèse et qui définit l'appellation actuelle de Cirta.

Ces reformulations représentent une forme dialogique, comme le signale Rosier :

Le discours rapporté ne cesse d'être appelé en dehors de l'enceinte grammaticale stricto sensu : répétition, reprise, reformulation, citation, rumeur, on-dit, autant de vocables qui le touchent, qui renvoient à son principe fondamental : le rapport à autrui et à son discours. (Rosier, 1999 : 09).

A présent nous allons repérer la voix de l'historien à travers notre corpus et déterminer ces fréquences.

### 2.1. 1. Analyse des résultats de la présence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur l'Algérie

Le tableau 2, intitulé "fréquence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur l'Algérie", présente un récapitulatif sur le repérage de la voix de l'historien dans les extraits tirés à partir des quatre guides touristiques sur l'Algérie, les **GTA<sub>1</sub>**, **GTA<sub>2</sub>**, **GTA<sub>3</sub>** et **GTA<sub>4</sub>**, ce repérage est suivi d'une opération de tri et de classement pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 2. Fréquence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur l'Algérie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schéma linguistique	Reformulations	Discours relevant du domaine de l'historien	Taux de fréquence de la voix de l'historien
GTA <sub>1</sub>	19	01	10	19	22%
GTA <sub>2</sub>	03	00	00	03	05%
GTA <sub>3</sub>	29	07	21	29	9.73%
GTA <sub>4</sub>	03	02	01	03	11.11%

L'analyse du tableau 2 révèle l'usage du dialogisme, notamment de la voix de l'historien dans le discours des guides sur l'Algérie. Cet usage, toutefois varie d'un guide touristique à l'autre. Il est à signaler que le **GTA<sub>1</sub>** en détient le taux le plus élevé de **22%**, ce résultat s'explique par la nature de la thématique du guide touristique qui accorde un intérêt particulier à l'histoire de la ville de Tlemcen (mentionné explicitement dans le guide), suivi respectivement par le **GTA<sub>4</sub>** de **11.11%**, **GTA<sub>3</sub>** de **9.73%** et en dernier le **GTA<sub>2</sub>** de **05%**. Ces trois guides touristiques portent sur les différents thèmes du tourisme et le tourisme historique n'en fait qu'une rubrique décrivant la richesse des destinations de Sidi Bel Abbes, Ain Témouchent et Tassili Hoggar en matière de tourisme historique et archéologique. Par ailleurs, l'emploi de ce dialogisme diffère d'un extrait à l'autre, car le discours touristique fait entendre la voix de l'historien à travers des schémas linguistiques ou des reformulations et/ou des constructions lexicales relevant de ce domaine, ces deux dernières sont les plus fréquentes et démontrent un type de dialogisme constitutif, qui argumente l'intérêt caché derrière ce discours et qui est, de susciter la curiosité des lecteurs pour apprécier la richesse historique de la destination.

## 2. 1. 2. Analyse des résultats de la présence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur la France

Le tableau 3 consiste à présenter la "fréquence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur la France", il s'agit d'un récapitulatif qui synthétise le repérage de la voix de l'historien dans les extraits relatifs aux guides touristiques sur la France, notamment les **GTF<sub>1</sub>**, **GTF<sub>2</sub>**, et **GTF<sub>3</sub>**, de plus, ce repérage est suivi d'une opération de tri pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 3. Fréquence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur la France

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine de l'historien	Taux de fréquence de la voix de l'historien
GTF <sub>1</sub>	22	00	01	22	27%
GTF <sub>2</sub>	27	03	11	27	56%
GTF <sub>3</sub>	20	00	02	20	15%

Le tableau 3 montre la présence de la voix de l'historien dans les discours des guides touristiques sur la France, ce dialogisme varie d'un guide touristique à l'autre, et nous remarquons la dominance de cette expression au niveau du **GTF<sub>2</sub>** de **56%** révélant le caractère historique de la destination de Strasbourg, suivis par **GTF<sub>1</sub>** de **27%** et le **GTF<sub>3</sub>** de **15%** qui portent sur des thèmes variés, notamment celui de l'histoire. La forme dialogique permute entre les schémas linguistiques, les reformulations et / ou par les expressions relevant de ce domaine ; néanmoins, la primauté revient à ce dernier procédé (expressions relevant du domaine de l'historien), ce qui indique l'usage du dialogisme constitutif et donne à cette voix un renfort pour argumenter et appuyer l'envie de voyager.

## 2. 1. 3. Analyse des résultats de la présence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur la Turquie

Le tableau 4 détermine les résultats de la fréquence de la voix de l'historien dans les extraits tirés à partir des trois guides touristiques sur la Turquie les **GTT<sub>1</sub>**, **GTT<sub>2</sub>** et **GTT<sub>3</sub>**, aussi ce tableau est suivi d'une démarche de sélection et d'agencement qui indique la forme dialogique.

Tableau 4. Fréquence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur la Turquie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulation	Discours relevant du domaine de l'historien	Taux de fréquence de la voix de l'historien
GTT <sub>1</sub>	16	01	15	16	60 %
GTT <sub>2</sub>	19	00	08	19	28 %
GTT <sub>3</sub>	03	00	01	03	10%

Dans la perspective d'éveiller la curiosité des lecteurs qui préfèrent le domaine de l'histoire, les discours des guides touristiques sur la Turquie portent sur cet aspect par l'introduction du dialogisme constitutif basé sur les expressions et les dates relevant du domaine de l'histoire et des reformulations qui font entendre la voix des historiens. Autrement dit, le tableau 4 détermine une fréquence élevée de la voix l'historien au niveau du **GTT<sub>1</sub>** (**60 %**), ce résultat logique reflète la thématique dominante du guide qui est d'ordre historique. Par contre, les autres guides **GTT<sub>2</sub>** (**28 %**) et **GTT<sub>3</sub>** (**10 %**) traitent plusieurs thèmes, de ce fait le taux de fréquence de la voix l'historien ne dépasse pas 30%.

## 2. 1. 4. Synthèse comparative de la présence de la voix de l'historien dans les guides touristiques sur les trois pays

L'analyse des résultats relatifs à la fréquence de la voix de l'historien au niveau de l'ensemble des guides touristiques sur les trois pays, prouve le recours à cette voix. Cependant, ce résultat varie, comme il fallait s'y attendre, d'un guide à un autre, signalant le taux le plus élevé de **60%** pour le **GTT<sub>1</sub>** qui accumule l'histoire des monuments et fortifications de la ville d'Istanbul, suivi par le **GTF<sub>2</sub>**, qui, lui, fait appel à la voix de l'historien au niveau de **56%**, pour décrire les édifices historiques et le patrimoine de la ville de Strasbourg. La dernière position revient au **GTA<sub>1</sub>**, dont l'usage de cette conscience ne dépasse pas le taux de **22%** pour développer le caractère historique de la ville de Tlemcen. Pour les autres guides portant sur des thèmes variés en matière de tourisme, on constate que le taux le plus élevé utilisant la voix de l'historien, revient toujours aux guides touristiques turcs, notamment le **GTT<sub>2</sub> (28%)** et **GTT<sub>3</sub> (10%)**. Ce qui démarque les **GTT** par leur caractère patriotique en mettant en valeur l'histoire des destinations évoquées. Néanmoins, les guides touristiques des trois pays se rejoignent pour sélectionner la même forme dialogique qui se veut constitutive, en se basant sur des reformulations et/ou des constructions lexicales qui relèvent du domaine historique pour atteindre le même objectif, celui de renforcer et d'appuyer l'envie de voyager.

## 2. 2. Apport de la voix du sociologue dans les guides touristiques

L'analyse du discours des guides touristiques nous a permis de constater l'apparition d'une autre voix qui est celle du sociologue, cette identification de voix est repérée à travers le passage d'un contexte vers l'autre, notamment un contexte discursif traitant le mode de vie de la société :

Aucun membre de la communauté verbale ne trouve jamais des mots de la langue qui soient neutres, exempts des aspirations et des évaluations d'autrui, inhabités par la voix d'autrui. Non, il reçoit le mot par la voix d'autrui, et ce mot en reste rempli. Il intervient dans son propre contexte à partir d'un autre contexte, pénétré des intentions d'autrui. Sa propre intention trouve un mot déjà habité. (Todorov, 1981 : 77).

Les extraits suivants nous montrent cette dimension dialogique émanant du contexte sociologique :

### **E4GTT<sub>1</sub>**

Çamlıca

Des collines se dessinent derrière le palais de Beylerbeyi[...]on y vient surtout en fin de semaine et les mariées ne manquent pas d'y venir boire un verre de thé après la cérémonie.(GTT<sub>1</sub> : 140).

### **E5GTT<sub>2</sub>**

Çay Thé en turc, c'est la substance symbole du pays, tant on le trouve partout et à tout moment. [...] Un conseil, pour éviter d'avoir votre verre constamment rempli, une fois votre thé achevé, il faut poser votre cuillère en équilibre à l'horizontal au dessus, de manière à faire comprendre que vous avez atteint votre dose de théine quotidienne ! Si vous le désirez moins fort, il faudra le demander « açık », c'est-à-dire clair. Il n'est pas inhabituel de croiser des Turcs, assis dans la rue, qui dégustent leur thé en discutant avec quelques amis. (GTT<sub>2</sub> : 36).

### **E6GTT<sub>2</sub>**

Tapis. Non seulement les tapis font partie de la vie des Turcs, nomades ou sédentaires, et constituent les pièces maîtresses des dots des jeunes filles, mais ils jouent un rôle social capital. [...] le tapis noué (**halı**) et les tapis tissés (**kilim, zili, sumak ou cicim**) [...]. (GTT<sub>2</sub> : 38).

**E7GTT<sub>1</sub>**

La tour de Léandre. Les habitants d'Istanbul l'appellent « tour de la jeune fille » (Kizkulesi) mais les Occidentaux la connaissent sous le nom de Léandre. [...] Ces noms dépendent de légendes différentes. [...] Il semble que c'est par erreur qu'on attribue à Léandre cette légende car elle ne c'est pas passé ici, mais dans le détroit des Dardanelles. On raconte que. [...]. (GTT<sub>1</sub> : 138).

En abordant la destination touristique d'Istanbul, les discours dominant dans les extraits **E4GTT<sub>1</sub>**, **E5GTT<sub>1</sub>**, **E6GTT<sub>1</sub>** et **E7GTT<sub>2</sub>** font entendre la voix du sociologue et qui est démontrée comme ci après :

- Dans l'**E4GTT<sub>1</sub>** : la voix du sociologue est repérée à travers le dévoilement d'une habitude de la société turque, qui vient se rendre à l'endroit « *Çamlıca* » chaque fin de semaine, de plus les mariées y parviennent par tradition.
- Dans l'**E5GTT<sub>2</sub>** : la voix du sociologue est aperçue par le fait de partager un cliché sur la société turque, en exposant la manière de prendre ou de servir du thé, aussi le recours à la reformulation paraphrastique « *açık* », *c'est-à-dire clair* ».
- Dans l'**E6GTT<sub>2</sub>** : la voix du sociologue est marquée à travers la présentation de la valeur du tapis dans la vie de la société turque « *Non seulement les tapis font partie de la vie des Turcs, nomades ou sédentaires, et constituent les pièces maîtresses des dots des jeunes filles, mais ils jouent un rôle social capital* » aussi cette voix se fait entendre à travers fait les reformulations paraphrastiques « *le tapis noué (halı) et les tapis tissés (kilim, zili, sumak ou cicim)* ».
- Dans l'**E7GTT<sub>1</sub>** : la voix du sociologue est déterminée par l'usage explicite d'un lexique tel que : *Les habitants, légendes*, l'usage de l'expression « *On raconte que* », le recours à la reformulation non paraphrastique par l'usage des guillemets « *Les habitants d'Istanbul l'appellent « tour de la jeune fille » (Kizkulesi)* ».

Nous allons, aborder en premier lieu le repérage de la voix du sociologue dans notre corpus, et analyser ces fréquences dans un deuxième temps.

**2. 2. 1. Analyse des résultats de la présence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur l'Algérie**

Le tableau 5, présente un récapitulatif sur le repérage de la voix du sociologue dans les extraits tirés à partir des quatre guides touristiques sur l'Algérie, **GTA<sub>1</sub>**, **GTA<sub>2</sub>**, **GTA<sub>3</sub>** et le **GTA<sub>4</sub>**, ce repérage est suivi d'une opération de tri et de classement pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 5. Fréquence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur l'Algérie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du sociologue	Taux de fréquence de la voix du sociologue
GTA <sub>1</sub>	02	00	01	02	03 %
GTA <sub>2</sub>	05	00	11	05	08,33 %
GTA <sub>3</sub>	11	00	02	11	04 %
GTA <sub>4</sub>	03	00	02	03	11 %

L'analyse du tableau 5 fait ressortir une autre dimension dialogique utilisée dans le discours touristique des guides sur l'Algérie, ainsi on constate que le recours à la voix du sociologue est marqué dans le **GTA<sub>4</sub>** par le taux le plus élevé de 11%, faisant découvrir

certaines aspects sociétaux de Sidi Bel Abbas. De même, pour le **GTA<sub>2</sub>** ayant un taux de **08,33 %** de la fréquence de la voix du sociologue, qui communique le comportement de la société Tergui (habitudes, style de construction), par ailleurs le **GTA<sub>1</sub>** et le **GTA<sub>3</sub>** détiennent respectivement des taux de **03 %** et **04 %** de la fréquence de la voix du sociologue qui porte sur l'image de la société des deux wilayas de Tlemcen et de Ain Témouchent. Le discours des guides touristiques algériens se construit à partir de plusieurs consciences, notamment celle du sociologue, produisant un dialogisme constitutif basé sur un découlement lexical, syntaxique et des reformulations qui portent sur le mode de vie de la société. En effet cette manifestation des voix varie d'un guide à l'autre et dévoile certaines habitudes et traditions de chaque région, tout en ayant l'intention d'encourager le lecteur à venir fréquenter cette société et apprécier, de près, son mode de vie.

## 2.2. 2. Analyse des résultats de la présence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur la France

Le tableau 6 intitulé "fréquence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur la France " renseigne un récapitulatif sur le repérage de la voix du sociologue dans les extraits tirés à partir des quatre guides touristiques sur la France, les **GTF<sub>1</sub>**, **GTF<sub>2</sub>** et le **GTF<sub>3</sub>**.

Tableau 6. Fréquence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur la France

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du sociologue	Taux de fréquence de la voix du sociologue
GTF <sub>1</sub>	04	01	01	04	07 %
GTF <sub>2</sub>	08	00	01	08	30 %
GTF <sub>3</sub>	10	00	01	10	02 %

Les résultats du repérage et de la fréquentation de la voix du sociologue au niveau des guides touristiques sur la France signalent le recours à un taux de **30 %** au niveau du **GTF<sub>2</sub>** dévoilant le mode de vie de la société de Strasbourg, suivi par un taux de **07 %** d'usage de la voix du sociologue pour le **GTF<sub>1</sub>**. Ce qui fait découvrir la société du Périgord, par ailleurs le **GTF<sub>3</sub>** indique un faible taux **02 %** pour recourir à la voix du sociologue qui présente la société de Lille.

Cependant ces résultats s'interprètent par la présence d'un dialogisme constitutif dans le discours touristique, fondé sur un autre discours qui traite le mode de vie de la société. Cette anticipation perpétuelle de l'autrui émanant de la voix du sociologue représente un véritable argument stratégique constituant le discours touristique, pour ainsi éviter l'impassibilité de la subjectivité, et de transmettre une réalité sur la société qui a donné naissance à cette destination.

## 2. 2. 3. Analyse des résultats de la présence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur la Turquie

Le tableau 7, représente une synthèse sur le repérage de la voix du sociologue dans les extraits tirés à partir des quatre guides touristiques sur la Turquie, les **GTT<sub>1</sub>**, **GTT<sub>2</sub>** et le **GTT<sub>3</sub>**, aussi ce repérage est suivi d'une démarche de sélection et d'agencement pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 7. Fréquence de la voix du sociologue dans les guides touristiques sur la Turquie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du sociologue	Taux de fréquence de la voix du sociologue
GTT <sub>1</sub>	09	00	04	09	07 %
GTT <sub>2</sub>	14	00	15	14	38 %
GTT <sub>3</sub>	04	00	01	04	05 %

Le tableau 7 fait ressortir le taux de fréquence de la voix du sociologue introduite dans les guides touristiques sur la Turquie. Cette présence est marquée par le taux le plus élevé (38%) au niveau du GTT<sub>2</sub> ce qui dévoile le mode de vie de la société turque, et cela est exprimée par des reformulations et un lexique relatifs au domaine de la sociologie. Les deux autres guides touristiques GTT<sub>1</sub> et GTT<sub>3</sub> se servent de la voix du sociologue avec des taux, respectivement, de 07% et 05%. Donc face aux discours des guides touristiques turcs, se cache un dialogisme constitutif basé sur une autre présence qui est celle du sociologue. Le discours touristique se développe et se retravaille pour argumenter et défendre son intérêt qui est le drainage d'un maximum de visiteurs pour la destination ciblée.

## 2. 2. 4. Synthèse comparative de la présence de la voix du sociologue dans les guides touristiques des trois pays

L'analyse des résultats relatifs à la fréquence de la voix du sociologue pour l'ensemble des guides touristiques des trois pays, démontre le recours à la voix du sociologue et indique le taux le plus élevé de 38% pour le GTT<sub>2</sub>. Ce qui dévoile certains clichés et le type de relations humaines dans la société turque, la seconde position revient au GTF<sub>2</sub> avec un taux de 30% de fréquence de la voix du sociologue pour présenter le mode de vie la société du Périgord. Le GTA<sub>4</sub> suit et fait appel à la voix du sociologue avec un taux de 11% pour faire découvrir le comportement et les traditions de la ville de Sidi Bel Abbes. Les autres guides touristiques (GTA<sub>1</sub> de 03 %, GTA<sub>2</sub> de 08,33 %, GTA<sub>3</sub> de 04%, GTF<sub>1</sub> de 07%, GTF<sub>3</sub> de 02%, GTT<sub>1</sub> de 07%, GTT<sub>3</sub> de 05%) manifestent aussi les modes de vie de la destination, avec des taux faibles qui varient entre 02 à 8,33. Cette manifestation indique l'usage de la voix du sociologue.

Par conséquent, face aux discours de l'ensemble guides touristiques, se cache un dialogisme constitutif basé sur un découlement lexical, syntaxique et des reformulations portant sur le mode de vie de la société. Cette présence de l'autrui émanant de la voix du sociologue représente un argument constituant du discours touristique, pour éviter l'impassibilité de la subjectivité, et la transmission de la réalité sur les sociétés qui occupent ces destinations.

## 3. La voix du géographe dans les guides touristiques

Le discours touristique entretient des relations avec des discours antérieurement produits, et à l'instar des deux voix (historien et sociologue) analysées ci-dessus, la voix du géographe est, elle aussi, repérée dans ce discours. Cette voix s'expose sous formes de données géographiques, climatiques, géomorphologiques ...etc. Elle parcourt cette conscience à travers les extraits suivants :

E8GTA<sub>2</sub>

Le Hoggar couvre une superficie d'environ 550.000 km<sup>2</sup>. Le **Tassili N'Ahaggar (ou Tassili du Hoggar)** est situé à environ 300 Km au Sud-est de Tamanrasset, « chef lieu du Hoggar », soit à une centaine de Km de la frontière nigérienne.

Le Tassili N'Ajjer est situé à environ 600 Km au Nord-est de Tamanrasset, soit tout près de la frontière Libyenne. Tamanrasset, en plein cœur de l'Ahaggar, avoisine les 1.400 m. À une distance moyenne de 200 Km autour de l'Ahaggar, on trouve :

- Au nord : le Tassili N'moudir
- À l'est : le Tassili N'Ajjer
- Au sud-est : le Tassili N'ahaggar et le Tassili Tin Reroh
- Au sud-ouest : le Tassili Missao
- Au nord-ouest : l'oued Jerad [...]. (GTA<sub>2</sub> : 05).

#### E9GTF<sub>1</sub>

[...]en quelques kilomètres le paysage alterne entre « **Pechs** » (**hauteur, collines...**) et Vallées dévoilant tour à tour vastes forêts et plaines cultivées, villages blottis au pied des falaises calcaires, hameaux égrenés au fil des **causses (plateaux calcaires)**. [...] La qualité de ses eaux en fait une rivière très poissonneuse, d'où son jumelage avec la rivière canadienne Jacques Cartier au Québec dans le cadre notamment de la réintroduction du saumon. Elle dessine les « **cingles** » (**grands méandres du cours d'eau**) et a sculpté les falaises, creusé des grottes laissant ainsi apparaître un paysage hétéroclite qui favorise le retour et la préservation de certains animaux tels le Faucon Pèlerin ou le hibou Grand Duc, et autres végétaux comme l'orchidée sauvage. (GTF<sub>1</sub> : 02)

#### E10GTT<sub>2</sub>

Le climat de la Turquie est très contrasté. Le Sud-est est sec tandis que les côtes de la mer Noire sont toujours embrumées ; les régions de la mer Egée et de la Méditerranée ont des hivers très doux. En revanche, la région montagneuse de l'est connaît de longs mois d'hiver enneigés et de froid sévère. En général, les étés en Turquie sont longs, chauds et sans pluie, tandis que l'hiver apporte neige et pluie froide. Il pleut beaucoup, ce qui est bénéfique aux vergers, aux champs de céréales et remplit les réservoirs d'eau. Par ailleurs, il y a un soleil [...] Cette variété du climat permet à la Turquie de produire une diversité impressionnante de produits agricoles. Elle est l'un des premiers pays producteurs de noisettes, pistaches, thé, tabac, raisins, fruits et légumes. Dans la partie nord-ouest de la Turquie, dans la région de Marmara, la Thrace orientale s'étend d'Edirne à Istanbul. C'est une région de pâturages verts ondoyants et de champs de tournesols où l'on trouve des fermes. On y pratique l'industrie de la pêche et l'industrie légère. Au sud de cette région, sur l'autre rive de la mer de Marmara sont implantés des domaines agricoles produisant des fruits. On y trouve aussi des plantations d'oliviers, des vignes et des champs de tomates. (GTT<sub>2</sub> : 40)

Les extraits **E8GTA<sub>2</sub>**, **E9GTF<sub>1</sub>** et **E10GTT<sub>2</sub>** abordent respectivement les destinations de Hoggar Tassili (l'Algérie), le Périgord (la France) et la Turquie, et font appel à la voix du géographe, repérée à travers les signes suivants :

- Dans l'**E8GTA<sub>2</sub>** : le recours à la voix du géographe est déterminé par l'usage des expressions relevant du domaine géographique par la communication de :

La superficie du Hoggar (*une superficie d'environ 550.000 km<sup>2</sup>*), la situation par rapport à une localité (*est situé à environ 300 Km au Sud-est de Tamanrasset*), les limites géographiques (*Au nord : le Tassili N'moudir /*

*À l'est : le Tassili N'Ajjer/ Au sud-est: le Tassili N'ahaggar et le Tassili Tin Reroh/ Au sud-ouest: le Tassili Missao/ Au nord-ouest: l'oued Jerad*), d'autre part l'extrait contient deux reformulations non paraphrastiques, la première est marquée par la parenthèse : *Le Tassili N'Ahaggar (ou Tassili du Hoggar)* et la deuxième est identifiée par les guillemets : *Tamanrasset, « chef lieu du Hoggar »*

- Dans l'E9GTF<sub>1</sub> : la voix du géographe est décelée à travers un découlement lexical relatif à la géographie (*Kilomètres/ hauteur/ collines /Vallées/ forêts /plaines /falaises calcaires/ hameaux /plateaux calcaires/eaux/ rivière/ cours d'eau*), de plus l'usage de la reformulation non paraphrastique : «*Pechs*» (*hauteur, collines...*) / *causses (plateaux calcaires) / « cingles » (grands méandres du cours d'eau)*.
- Dans l'E10GTT<sub>2</sub> : le discours touristique est dominé par une description du climat de la Turquie, dont la voix du géographe est repérée à travers des signes et des expressions suivantes : *Le climat/ Le Sud-est / les côtes de la mer Noire/ les régions de la mer Egée / la Méditerranée / la région montagneuse /Dans la partie nord-ouest, Au sud de cette région, sur l'autre rive de la mer de Marmara*

Décelons d'abord les traces de la voix du géographe dans notre corpus, et analysons ses fréquences.

### 2. 3. 1. Analyse des résultats de la présence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur l'Algérie

Le tableau 8 porte sur la "fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur l'Algérie ", il s'agit d'un repérage de la voix du géographe dans les extraits tirés à partir des quatre guides touristiques sur l'Algérie, les GTA<sub>1</sub>, GTA<sub>2</sub>, GTA<sub>3</sub> et le GTA<sub>4</sub>, de plus, un tri et un classement sont établis pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 8 : Fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur l'Algérie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du géographe	Taux de fréquence de la voix du géographe
GTA <sub>1</sub>	05	00	00	05	06%
GTA <sub>2</sub>	03	00	04	03	08%
GTA <sub>3</sub>	19	00	05	19	07 %
GTA <sub>4</sub>	04	00	13	04	15%

L'analyse des résultats introduits dans le tableau 8 témoigne de la présence de la voix du géographe et le recours au dialogisme dans le discours des guides touristiques sur l'Algérie. Aussi, les résultats révèlent un rapprochement des taux de fréquence de cette voix au niveau GTA<sub>1</sub> de 06%, GTA<sub>2</sub> de 08% et le GTA<sub>3</sub> de 07 %, par ailleurs le GTA<sub>4</sub> en détient le taux le plus élevé à savoir 15%. Cette intervention de la voix du géographe enrichit le discours touristique par l'introduction des données réelles et objectives sur la destination, et ce, pour informer le lecteur sur le type de climat, la nature géomorphologique et autres informations sur de la destination. Ce qui lui laisse le choix de visiter la région dans la période qui lui convient. Toutefois ces résultats indiquent aussi une forme dialogique constitutive, par l'usage des reformulations et des expressions qui relèvent du domaine du géographe alors que les schémas linguistiques sont totalement écartés.

### 2. 3. 2. Analyse des résultats de la présence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la France

Désigné par la "fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la France", Le tableau 9 consiste à présenter le repérage de la voix du géographe dans les extraits tirés à partir des trois guides touristiques sur la France, les GTF<sub>1</sub>, GTF<sub>2</sub> et le GTF<sub>3</sub>, de plus un tri et un classement sont établis pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 9. Fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la France

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du géographe	Taux de fréquence de la voix du géographe
GTF <sub>1</sub>	02	00	04	02	03%
GTF <sub>2</sub>	00	00	00	00	00%
GTF <sub>3</sub>	01	00	00	01	0.75%

L'analyse du tableau 9 fait ressortir un faible taux de fréquence de la voix du géographe au niveau des deux guides touristiques GTF<sub>1</sub> de 03% et GTF<sub>3</sub> de 0.75%. Ces discours sont accompagnés et appuyés par des cartes, car dans le GTF<sub>1</sub> nous trouvons : 01 carte des circuits touristiques, 01 carte de localisation villes et villages, 07 cartes de localisation, et dans le GTF<sub>3</sub> on a inséré : 02 cartes de la ville, 01 carte du réseau tram, 01 carte de localisation du vignoble. Par ailleurs, nous constatons une absence totale, en termes de discours, de cette voix au niveau du GTF<sub>2</sub> et qui a été remplacée par 02 cartes de la ville, carte du réseau tram, carte de localisation du vignoble). Ce qui désigne trois thématiques, la première étant la localisation des endroits à visiter dans la ville, la deuxième représente le plan de circulation dans la ville, et la troisième positionne les zones destinées pour la viticulture.

De ce fait, la conscience existe mais la manière de l'évoquer diffère, c'est une stratégie du discours touristique qui touche une catégorie de lecteurs dont l'intérêt porte seulement sur les cartes et les images. En se basant sur un discours relevant du domaine du géographe et des reformulations la forme dialogique se veut constitutive.

### 2. 3. 3. Analyse des résultats de la présence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la Turquie

Portant sur la "fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la Turquie ", le tableau 10 démontre le repérage de la voix du géographe dans les extraits tirés à partir des trois guides touristiques sur la Turquie, les GTT<sub>1</sub>, GTT<sub>2</sub> et le GTT<sub>3</sub>, suivi d'une opération tri et un classement pour déterminer la forme dialogique.

Tableau 10. Fréquence de la voix du géographe dans les guides touristiques sur la Turquie

Guide touristique	Nombre d'extraits	Schémas linguistiques	Reformulations	Discours relevant du domaine du géographe	Taux de fréquence de la voix du géographe
GTT <sub>1</sub>	03	00	04	02	02%
GTT <sub>2</sub>	11	00	09	11	19 %
GTT <sub>3</sub>	02	00	00	02	0.75%

L'analyse des résultats indiqués dans tableau 10 énonce, un recours à la voix du géographe dont le taux le plus important est enregistré au niveau du GTT<sub>2</sub> de 19 %. Cette voix renseigne des informations utiles pour le lecteur, en développant des données sur le climat, le relief, la population, la faune et la flore...etc. Pour les autres guides GTT<sub>1</sub> et le GTT<sub>3</sub> la fréquence de la voix du géographe varie respectivement entre 02% et 0.75%. Il est à signaler, toutefois, que les trois guides ne contiennent aucune carte appuyant le discours du géographe. D'un un autre côté, les résultats révèlent qu'il s'agit d'un dialogisme

constitutif, suite à l'absence des schémas linguistiques et la présence des reformulations et des expressions relatives aux discours géographiques.

### 2. 3. 4. Synthèse comparative de la présence de la voix du géographe dans les guides touristiques des trois pays

L'analyse des résultats de la fréquence de la voix du géographe établie pour l'ensemble des guides touristiques sur les trois pays, confirme le recours à cette voix, et indique que le taux d'usage le plus important revient au **GTT<sub>2</sub>** de **19%**, qui porte des renseignements sur le climat et le relief de la Turquie, suivi par le **GTA<sub>4</sub>** de **15%**, portant des données géographiques sur la destination de Sidi Bel Abbès. L'analyse fait ressortir des taux faibles, voire nuls, de la fréquence de la voix du géographe **GTF<sub>1</sub>** de **03%**, **GTF<sub>2</sub>** de **00%** et **GTF<sub>3</sub>** de **0.75%** sur le plan discursif, mais cette voix est évoquée d'une manière différente en s'appuyant sur les cartes.

L'apport de la voix du géographe étant d'enrichir le discours touristique par l'introduction des données réelles et objectives sur la destination, pour informer le lecteur sur le type de climat, la nature géomorphologique et autres informations sur la destination, laissant au lecteur-touriste le choix de visiter la région pendant la période qui lui convient le mieux. En somme, l'ensemble des guides touristiques se base sur un dialogisme constitutif faisant appel aux reformulations et/ou des constructions lexicales relevant du domaine géographique.

### Conclusion

Les dix guides touristiques étudiés, confirment la manifestation des voix dans le discours touristiques, mais à des degrés d'usage différents. Les guides touristiques sur la Turquie en détiennent les premiers rangs pour recourir à l'autrui, historien, sociologue ou géographe, suivi par les guides touristiques sur la France et en dernière position se placent les guides touristiques sur l'Algérie. En conclusion il convient de dire que le discours touristique s'accomplit à partir de l'incorporation des discours préconçus, car le discours touristique se démarque par une anticipation continue de l'Autre qui vise à éviter l'impassibilité de la subjectivité et à partager la responsabilité des renseignements et des informations livrées aux lecteurs. Aussi face à ce discours se cache un dialogisme constitutif basé sur un découlement lexical et syntaxique et des reformulations qui relèvent du domaine du discours imprégné. Comme c'est le cas des voix développées dans le cadre de notre recherche, notamment celles de l'historien, du sociologue et du géographe.

Telles sont les manifestations les plus dominantes et les plus entendues dans le discours touristique. C'est ainsi que le discours touristique se développe et se retravaille pour argumenter et défendre son intérêt qui est de susciter la curiosité des lecteurs et les emmener à visiter la destination ciblée.

### Références bibliographiques

- ABRY D. (dir). 2007. *le français sur objectif spécifiques et la classe de langue*. CLE International. Paris.  
BAKHTINE M. 1929/1977. *Le marxisme et la philosophie du langage*. Minuit. Paris.  
CHARAUDEAU P. et al. 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil .Paris.  
ROSIER L. 1999. *Le discours rapporté. Histoire, théories, pratiques*. Duculot. Paris-Louvain-la-Neuve.  
TODOROV T. 1981. *Mikhaïl Bakhtine, le principe dialogique*. Seuil. Paris.  
AUTHIER-REVUZ J. 1985. « Dialogisme et vulgarisation scientifique » dans *Discoss* .N° 1, *actes du colloque Discours contrastifs*. Sciences et sociétés. Paris .p117-122.  
KARA M. 2004. « reformulation et polyphonie » dans *Pratiques*. Persée. Paris. p123-124.

KERBRAT-ORECCHIONI C.2004. « Suivez le guide ! » les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l' « ile d'Aphrodite » » dans *La communication touristique : Approche discursives de l'identité et de l'altérité*. L'Harmattan. Paris. p 133-15.

SEOANE A. 2013. « Les guides touristiques : vers de nouvelles pratiques discursives de contamination », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 8 | 2013, mis en ligne le 01 juin 2015, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/81> ; DOI : 10.4000/tourisme.81.

#### Guides touristiques

ARD Y.2010.*Istanbul le berceau des civilisations*. ARD .Turquie

Direction T AT.2015. *Ain Témouchent l'enchantement révélé*. CDSP.COLLECTION. Alger.

Direction T SBA. *Sidi Bel Abbes Guide touristique*. Eureka. Alger.

Explorateur.2018.*Turquie périple anatolien*. [En ligne] URL : <https://explorateurvoyages.com/wp-content/uploads/pdf/turquie.pdf>, consulté le 04 novembre 2019

Office T T .2012.*Tlemcen, guide touristique*. Office de Tourisme Tlemcen. Tlemcen

Office T S et sa R.2018. *Strasbourg le Guide*. Roubaix: EdiLyFE.

Office T des C de L. 2018. *2018 Le Guide*. Office de Tourisme des Congrès de Lille. Lille

Office T I V De.2012. *Guide touristique 2012*. Dordogne

Office N T. *Hoggar-Tassili. Voyage dans le temps*. Alger.

Pelin Y et al.2018.*Turquie Country Guide*. Petit futé .Paris .