

Du support d'information à l'outil lexicographique: la lexicographisation du guide touristique

Patrick Leroyer
University of Aarhus

The development of lexicographic products for tourists is one of the most productive lexicographic activities in the world, with the publication of paper and online bilingual travel dictionaries, phrase books, and tourist guides often containing a dictionary component. Additionally, software companies propose multilingual, downloadable dictionary solutions that can be printed on demand or consulted via a PDA or a WAP phone. There are two explanations to this lexicographic infatuation: the huge expansion of tourism world-wide and the extensive communicational and knowledge-oriented informational needs of tourists. However, metalexigraphy has shown very little promise to this field of lexicography, and has solely dealt with the communicative needs of tourists. In this contribution, I will outline a new lexicographic method that can be used to satisfy the aforementioned needs of tourists-also, namely lexicographisation-which is the lexicographic transformation of tourist guides performed to ensure fast and easy access to user and situationally-adapted information.

1. Introduction

S'appliquant à la conception et à l'utilisation d'outils lexicographiques destinés aux touristes, la lexicographie touristique est l'une des plus productives au monde: dictionnaires bilingues et multilingues papier ou en ligne, guides de conversation, lexiques, glossaires, etc. Deux explications à cet engouement lexicographique: la montée en puissance du tourisme mondial d'une part, et la soif d'information des touristes d'autre part. Sauf rares exceptions (Abend 1991, Hausmann 1989, NLO 1997), la métalexigraphie s'est peu intéressée à la lexicographie touristique et n'a étudié que l'assistance communicative aux touristes dans le cadre des dictionnaires bilingues. Aucune étude en revanche n'a été consacrée aux besoins de connaissance des touristes, qui sont traditionnellement pris en charge par des supports non lexicographiques: livres, revues, éditions promotionnelles (brochures, dépliants, etc.) et surtout les guides touristiques imprimés ou en ligne (souvent dotés de glossaires ou lexiques). Je proposerai ici une méthode permettant de répondre aux besoins de connaissance des touristes, la lexicographisation, qui consiste à instrumentaliser le guide touristique par le biais de la lexicographie, normalement définie au travers de son objet (Bergenholtz 1995: 37):

Lexicography is not a linguistic discipline and especially not a genuine part of lexicology.
Lexicography is not only the compiling of dictionaries, but theory and practice for dictionaries, lexica and encyclopaedias.

La variété des objets lexicographiques (Geeb 2006) ouvre le champ à un recentrage de la théorie lexicographique sur le tryptique données-accès-utilisateur —répondre à des besoins d'information situationnels tout en optimisant l'accès aux données (Tarp 2008):¹

A lexicographic theory that focuses on easy and quick access to data from which user and situation-adapted information can be extracted [...]

¹ Notons à ce sujet qu'Alain Rey (2005: 53), dont la théorie lexicographique est celle du dictionnaire comme *instrument linguistique*, conclut en assertant la suprématie théorique de la fonction de l'instrument: "le dictionnaire [...] justifié seulement par les besoins auxquels il tente de répondre".

Dans cette optique, c'est le primat de l'utilisateur, l'adaptation des outils aux situations d'utilisation et aux besoins de l'utilisateur, qui permet de distinguer la lexicographie de l'accessibilité infologique des sciences documentaires et informatiques. La *désobjectivisation* de la lexicographie permet ainsi de réorienter les fonctions de la lexicographie touristique —une fonction étant définie comme la satisfaction d'un besoin d'information potentiel grâce à des données lexicographiques (cf. Bergenholtz and Tarp 2005; Tarp 2006), et ouvre le champ à la lexicographisation du guide, où sélection, présentation et accès aux données sont adaptés aux besoins d'information des touristes dans des situations d'utilisation spécifiques.

2. De l'encyclopédie au guide géolocalisé: les supports d'information des touristes

La notion de touriste, qui fut longtemps vectrice d'une image ambiguë (Debaene 2005: 1475-1480) a évolué. Les nouveaux touristes sont curieux. Avides de savoir langagier, culturel et pratique, ils veulent s'informer avant de partir à la rencontre des populations, des langues, des cultures, des lieux (Smith 2001: 15-27). Pour optimiser ces rencontres et organiser leur séjour, les touristes ont besoin d'enrichir leurs connaissances linguistiques, culturelles, pratiques, objectives. Ils se documentent et consultent de multiples supports et sources d'information hybrides, lexicographiques ou non, cf. Boyer/Viallon (1994: 20-37) qui parlent d'émetteurs de tourisme et de récepteurs de communication touristique. *Avant de partir*, dans l'optique d'une aide à la prise de décision (Brodersen 2007), les touristes consulteront initialement une encyclopédie ou un dictionnaire des noms propres; ils liront des ouvrages touristiques: revues, récits de voyages, guides touristiques. Ils compulseront des brochures, des dépliants, des catalogues; ils navigueront sur les portails web des offices de tourisme (TB 2008 p.ex.) à la recherche des informations voulues. *Sur place*, ils consulteront les guides touristiques imprimés (GCR 2008, TGTB 2006), et les dictionnaires pour voyageurs (FDDFO 2004) ainsi que les guides de conversation (GCR 2007, GSFP 2005, LPF 2003, PFR 2005, RGF 2006). Les nouveaux touristes enfin se connecteront directement sur leur téléphone portable à des guides géolocalisés en ligne (B al m0bil 2008 par exemple), et pourront bientôt accéder directement à l'information culturelle des villes (concerts, expositions, évènement) —tout en y étant guidés— sur leurs systèmes de navigation GPS.

3. Les fonctions du guide touristique

À la différence des ouvrages touristiques destinés à être étudiés systématiquement et lus du début jusqu'à la fin, les dictionnaires de voyage, les guides de conversation et les guides touristiques sont destinés à être consultés ponctuellement, pour résoudre rapidement un problème de communication ou de connaissance, ou une combinaison des deux, dans des situations spécifiques; le touriste en visite à Barcelone par exemple voudra savoir:

- (a) Comment on dit *merci beaucoup* en Catalan? (au guide après la visite)
- (b) Qui était *Gaudí* au juste? (pendant la visite du *Temple de la Sagrada Família*)
- (c) Qu'est-ce que la *esqueixada*? Est-ce que c'est bon? (en étudiant une carte de restaurant)
- (d) A quelle heure ferment les *banques*?
- (e) Où se trouve l'*office de tourisme*? (pour acheter une *Barcelona Card*)
- (f) Y-a-t-il des *cartes de réduction* pour les transports urbains?
- (g) Y-a-t-il présentement un *opéra* à l'affiche? (guides en ligne et en temps réel uniquement)

3.1. Fonctions communicatives

Les fonctions communicatives ont pour but de satisfaire les besoins d'information en apportant une assistance lexicographique au touriste confronté à des problèmes de communication dans les situations suivantes:

1. Réception de texte écrite L2 – lire et comprendre (p.ex. la carte d'un restaurant)
2. Réception de texte orale L2 – communication conversationnelle
3. Production de texte orale L2 – communication conversationnelle

Il est démontré dans Leroyer (2008) et Andersen et Leroyer (2008) que l'assistance communicative de type conversationnel est utopique. Les dictionnaires de voyage et les guides de conversation peuvent servir à la réception écrite (fonction 1), bien qu'ils ne soient pas conçus pour cela, mais ne peuvent en aucun cas résoudre les problèmes de production et réception orales en communication conversationnelle (fonctions 2 et 3).

3.2. Fonctions cognitives

Les fonctions cognitives ont pour but de satisfaire les besoins d'information en apportant une assistance lexicographique au touriste confronté à des problèmes de connaissance, les besoins et la pertinence de l'information lexicographique étant variables selon les types de connaissance, et selon la situation de consultation —avant de partir ou sur place, pendant le séjour lui-même:

Type de connaissance	Besoin d'information lexicographique	Pertinence lexicographique	Phase de consultation
Encyclopédique	–	–	Avant
Promotionnelle	–	–	Avant
Langagière	(+)	(+)	Avant
Culturelle	++	++	Pendant
Actuelle	++	++	Pendant
Pratique	++	++	Pendant

Tableau 1. Typologie des connaissances, besoins, pertinence, et phases de consultation

- Encyclopédique – connaissances générales sur la destination (histoire, géographie, politique, etc.);
- Promotionnelle – connaissance du discours promotionnel de la destination, c'est à dire sa touristicité;
- Langagière – connaissance de la langue de la destination (apprentissage du vocabulaire, de la grammaire);
- Culturelle – connaissances de la culture de la destination (patrimoine, traditions);
- Actuelle – connaissance de la destination en temps réel (son agenda, ses manifestations);
- Pratique – connaissance pratique de la destination (se loger, manger, s'orienter, se déplacer, etc.).

La pertinence de l'assistance lexicographique se limitant aux trois derniers types de connaissance, la lexicographisation du guide passe par une réorientation des fonctions communicatives, cognitives, et pratiques.

4. Lexicographisation du guide - du support d'information à l'outil lexicographique

4.1. Réorientation communicative

Le guide touristique de Barcelone, dont le double objectif communicatif et informatif est d'attirer et d'aider les touristes, offre un service langagier (sous forme de document PDF) avec des mots et "phrases utiles". S'il est facile de reconnaître l'utilité des formules de politesse ci-dessous:

CATALÀ	CASTELLANO	ENGLISH	FRANÇAIS
Hola	Hola	Hello	Bonjour
Adéu	Adiós	Goodbye	Au revoir
Bon dia	Buenos días	Good morning	Bonjour
Bona tarda	Buenas tardes	Good afternoon	Bonsoir
Bona nit	Buenas noches	Good evening	Bonsoir

Si us plau	Por favor	Please	S'il vous plaît
Perdoni	Perdone	Sorry	Pardon
Gràcies	Gracias	Thanks	Merci
De res	De nada	You're welcome	De rien

Tableau 2. Tourisme de Barcelone en ligne, *vocabulaire*

On verra mal l'utilité des 3 repas de la journée (*esmorzar, dinar, sopar*), de gauche et droite (*esquerra, dreta*), ouvert et fermé (*obert, tanca*), à côté et loin (*a prop, lluny*), et de rue et place (*carrer, plaça*). Dans la catégorie des expressions utiles, il est évident que *Je ne comprends pas* est l'expression la plus utile qui soit pour le touriste ignorant le catalan (ou le castillan). Savoir dire *Parlez-vous anglais* en catalan présente peu d'intérêt (si la personne comprend l'anglais, elle n'aura pas besoin de la question en catalan). Les autres expressions engageant une conversation (*Em podria ajudar?*) ou appelant une réponse (*Quina hora és?*) n'ont strictement aucune utilité.

CATALÀ	CASTELLANO	ENGLISH	FRANÇAIS
On és ...?	¿Dónde está ...?	Where is ...?	Où est ...?
Quant val?	¿Cuánto cuesta?	How much is it?	C'est combien ?
On puc ...	¿Dónde puedo ... ?	Where I can ...?	Où est-ce que je peux ...?
Quina hora és?	¿Qué hora es?	What time is it?	Quelle heure est-il?
Em podria ajudar?	¿Me podría ayudar?	Could you please help me?	Pouvez vous m'aider?
Parla anglès?	¿Habla Usted inglés?	Do you speak English?	Parlez vous anglais?
Un moment, si us plau	Un momento, por favor	One moment please	Une minute s'il vous plait
No l'entenc	No le entiendo	I don't understand you	Je ne comprends pas

Tableau 3. Tourisme de Barcelone en ligne, *Expressions utiles*

La lexicographie touristique a jusque là confondu besoin et pertinence de l'information. Le touriste n'ayant aucune (ou peu de) connaissance ni compétence préalable de la L2 a certes besoin (en théorie) d'assistance conversationnelle, mais cette assistance (dans la pratique) ne lui servira à rien et n'est donc pas pertinente. Le guide touristique doit se contenter de lemmatiser et de traduire les expressions de politesse courantes et le vocabulaire des urgences (p. ex. noms de maladie pour demander des médicaments), pour la fonction suivante:

Production de texte orale L2 – communication basique

Définition 1: La réorientation communicative du guide touristique consiste à abandonner les fonctions production et réception orale L2 en minimisant la sélection des données répondant aux seules situations de communication basique, et à réorienter le guide vers la fonction réception de texte écrite.

4.2. Reorientation communicative et cognitive

Celle-ci consiste à doter le guide touristique d'une liste de mots culturels conformément à la notion de lexique culture développé par Galisson 1991, et à la thèse formulée dans Leroyer 2008: *les besoins cognitifs lexicographiquement pertinents des touristes peuvent être satisfaits par la sélection de données contrastives concernant principalement [...] la connaissance culturelle*. La nomenclature devra inclure les noms de personnes, traditions, coutumes, gastronomie, phénomènes modernes etc. qui ont façonné et continuent de façonner la culture de la destination, pour satisfaire des besoins de compréhension et de connaissance des touristes dans les types de situations identifiées plus haut:

- (a) Qui était *Gaudi* au juste? (avant d'aller visiter le Temple ou pendant la visite)
- (b) Qu'est-ce que la *esqueixada*? Est-ce que c'est bon? (en étudiant la carte du restaurant)

Définition 2: La réorientation communicative et cognitive du guide touristique consiste à favoriser les fonctions communicatives et cognitives réception de texte et connaissance culturelle en maximisant la sélection des données répondant aux besoins de compréhension et de connaissance culturelles des touristes.

4.3. Réorientation pratique

La réorientation pratique du guide consiste à faciliter l'accès aux données pratiques associées aux services touristiques (choisir un spectacle, contacter un médecin, se déplacer, sortir de l'argent) grâce à la lemmatisation des noms d'activités, services, etc dans les types de situations déjà identifiées plus haut:

- (c) A quelle heure ferment les *banques*? – connaissance objective
- (d) Où se trouve l'*office de tourisme*? – connaissance objective
- (e) Y-a-t-il des *cartes de réduction* pour les transports urbains? – connaissance prospective
- (f) Y-a-t-il un *opéra* à l'affiche? (guide en ligne et en temps réel uniquement) – connaissance prospective

Définition 3: La réorientation pratique du guide touristique consiste à favoriser les fonctions orientées vers la connaissance objective et la connaissance prospective au détriment de la connaissance promotionnelle, en lemmatisant les noms de services et activités répondant aux besoins d'information pratique des touristes pour assurer un accès rapide aux données destinées en dernier ressort à aider leur actions et leurs décisions.

4.4. Types de données et accès

Tout dépendant du support —en ligne (voir Leroyer/Simonsen: 2007 pour une illustration des différents écrans de consultation d'un prototype de guide touristique en ligne pour la ville de Nicosia, Chypre), ou sur papier— le guide touristique lexicographisé comportera, outre une fonction d'aide obligatoire, les champs d'enregistrement des types de données suivants:

Guide en ligne	Guide papier
lemme L1/L2	lemme L1/L2
équivalent L1	équivalent L1
prononciation L2 ◀	adresse, téléphone/fax/mail
horaires et tarifs	horaires et tarifs
accès transport	accès transport
coordonnées contact	coordonnées topographiques
coordonnées GPS	<i>notice culturelle L2</i>
dates	palmarès (nombre d'étoiles)
<i>notice culturelle L2</i>	renvois internes – pages thématiques
illustrations multimodales	renvois internes – lemmes de renvoi
palmarès (nombre d'étoiles)	aide imprimée avec index ?
hyperliens internes – pages thématiques	
hyperliens internes – lemmes de renvoi	
hyperliens externes L2	
aide en ligne avec index ?	

Dans le guide papier lexicographisé, l'accès externe se fera par recherche directe (= consultation de la partie dictionnaire) dans la liste lemmatique fusionnée L1/L2; l'accès interne sera doublé d'un double système de renvois vers les pages thématiques du guide, et de lemmes de renvoi; dans le guide en ligne, l'accès externe se fera par recherche simple ou étendue (= interrogation de la base de données), et l'accès interne sera doublé d'un double système d'hyperliens vers les pages

thématiques du guide en ligne (son système de gestion des contenus) et les lemmes de renvoi, et de liens externes vers des sites associés.

5. Conclusion

Les dictionnaires sont des instruments utilitaires, des outils consultés pour satisfaire rapidement et aisément des besoins d'information liés à des situations de consultation spécifiques. Pour optimiser leur expérience, les touristes ont besoin d'informations langagières, culturelles et pratiques, et consultent la vaste gamme des outils lexicographiques ou à vocation lexicographiques que sont les dictionnaires et guides touristiques. Il a été démontré que la lexicographisation est une instrumentalisation consistant à faire évoluer les supports d'information à vocation consultative vers des outils lexicographiques intégrés, en vue d'assurer un accès facile et rapide à une information adaptée aux besoins de l'utilisateur et à sa situation. Pour le guide touristique papier ou en ligne, qui le plus souvent est un instrument promotionnel et rhétorique assertant la touristicité d'un lieu, la lexicographisation consiste à réorienter les fonctions de façon à faciliter l'accès aux données adressées à la connaissance culturelle, objective et prospective, avant et pendant le séjour du touriste. Avec la lexicographisation, et au-delà de l'exemple du guide touristique localisé traité ici, il apparaît clairement que les lexicographes, en coopération avec les développeurs et gestionnaires de systèmes d'information et de TIC, ont devant eux un immense champ de recherche et de développement à condition qu'ils maintiennent leur analyse sur l'identification des besoins et des situations des utilisateurs, alpha et oméga de la méthode lexicographique et de ses outils.

Références bibliographiques

Dictionnaires, guides, portail

- [BCN]. *B al mòbil* [en ligne]. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. <http://www.bcn.es/bcnmobil/english/acces.html> et <http://w10.bcn.es/APPS/asimobils/> [Date de consultation: 28 février 2008].
- [DCLF]. *Dictionnaire culturel de la langue française*. Paris: Dictionnaires Le Robert, 2005.
- [FDDFO]. *Fransk-dansk/Dansk-fransk Ordbøger*. 1. udgave, 2. oplag. København: Gyldendal, 2004.
- [GCR]. *Guides de conversation Routard* [en ligne]. Paris: Editions Hachette, en coopération avec Larousse. <http://www.routard.com/boutique.asp> [Date de consultation: 28 février 2008].
- [GSFP]. *Gyldendals Store Fransk parlør*. 1. udgave, 1. oplag. København: Gyldendals Boghandel, Nordisk Forlag A/S, 2005.
- [LPF]. *Lonely Planet French*. 2nd ed. Victoria: Lonely Planet Publications, 2003.
- [NLO]. *Nordisk leksikografisk ordbok*. Oslo: Universitetsforlaget, 1997.
- [PFR]. *Politikkens Fransk Rejseparlør*. København: Politikens Forlag, 2005.
- [RGF]. *Rough Guide French*. 2nd ed. London: Rough Guides Ltd, 2006.
- [TB]. *Tourisme de Barcelone* [en ligne]. Barcelona: Turisme de Barcelona. <http://www.barcelonaturisme.com> [Date de consultation: 28 février 2008].
- [TGTB]. *Turen går til Barcelona*. København: Politikens, 2006.
- [WF]. *Wikipedia français* [en ligne]. http://fr.wikipedia.org/wiki/Guide_du_routard [Date de consultation: 28 février 2008].

Autres références

- Abend, H. (1991). "Das Reisewörterbuch". Dans Hausmann, F. J. et al. (éds.). *Wörterbücher/Dictionaries/Dictionnaires, Ein internationales Handbuch zur Lexikographie / An International Encyclopedia of Lexicography / Encyclopédie internationale de lexicographie*. Berlin: Walter de Gruyter. Vol 3. 2903-2908.
- Andersen, B.; Leroyer, P. (2008). "To help or not to help: Grammatical information in tourist dictionaries and phrasebooks". *Lexikos* 18 [à paraître].
- Bergenholtz, H. (1995). "Leksikografi. Hvad er det?". Dans Jónsson, J. H.; Kvaran, G.; Svavarsdóttir, A. (red.). *Nordiske Studier i Leksikografi 3. Rapport fra Konference om Leksikografi i Norden*. Reykjavik: Nordisk forening for leksikografi i samarbejde med Språkrådet i Norge og Ordbók Háskólans. 37-49.
- Bergenholtz, H.; Tarp, S. (2005). "Wörterbuchfunktionen". Dans Barz, I.; Bergenholtz, H.; Korhonen, J. (red.). *Schreiben, Verstehen, Übersetzen, Lernen. Zu ein- und zweisprachigen Wörterbüchern mit Deutsch*. Frankfurt am Main, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang. 11-25.
- Boyer, M.; Viallon, P. (1994). *La communication touristique*. Paris: Presses Universitaires de France (PUF).
- Brodersen, L. (2007). *Geokommunikation*. Aalborg: Forlaget Tankegang A/S.
- Debaene, V. (2005). "Tourisme et touristes". Dans Rey, A. (dir.). *Dictionnaire culturel en langue française*. Vol. IV. Paris: Dictionnaires Le Robert. 475-1480.
- Galisson, R. (1991). *De la Langue à la culture par les mots*. Paris: Clé International.
- Geeb, F. (2006). "Lookedup4you: studerende, kunder og online-leksikografi". Dans Lorentzen, H.; Trap-Jensen, L. (red.). *Nordiske Studier i Leksikografi 8. Rapport fra Konference om Leksikografi i Norden*. Sønderborg 24.-28. maj 2005. Nordisk Forening for Leksikografi. 107-119.
- Hausmann, F. J. (1989). "Das Satzwörterbuch". Dans Hausmann, F. J.; Reichmann, O.; Wiegand, H. E.; Zgusta, L. (éds.). *Wörterbücher/Dictionaries/Dictionnaires, Ein internationales Handbuch zur Lexikographie / An International Encyclopedia of Lexicography/ Encyclopédie internationale de lexicographie*. Vol. 3. Berlin: Walter de Gruyter. 1050-1053.

- Leroyer, P. (2008). "Maultasche og Novillada? En teori for turistordbøger". Dans Svavarsdóttir, Á. (red.). *Nordiske Studier i Leksikografi* 9. Rapport fra Konference om Leksikografi i Norden, Akureyri 22.-26. maj 2007. Nordisk Forening for Leksikografi [à paraître].
- Leroyer, P.; Simonsen, H. K. (2007). "The printable Online Tourist Dictionary - Helping the Tourists and Supporting Destination Branding". Dans *Proceedings of the 30th International Conference on Functional Linguistics*. Nicosia, Cyprus, 18-21 Octobre 2006 . [à paraître]
- Rey, A. (2005). "Dictionnaire". Dans *Dictionnaire culturel de la langue française*. Tome II. Paris: Dictionnaires Le Robert. 53.
- Smith, V. (2001). "Stone Age to Star Trek". Dans Smith, V.; Brent, M. (co. Ed.). *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. New York, Sydney, Tokyo: Cognizant Communication Corporation. 15-27.
- Tarp, S. (2006). *Leksikografien i grænselandet mellem viden og ikke-viden. Generel leksikografisk teori med særlig henblik på lørnerleksikografi*. Aarhus: Handelshøjskolen, Aarhus Universitet.
- Tarp, S. (2008). "The Third Leg of Two-legged Lexicography". *Hermes, Journal of Language and Communication* 40. 117-131.