DISCOURS DES GUIDES TOURISTIQUES FRANÇAIS SUR LA ROUMANIE

Anda RĂDULESCU
Université de Craiova, Roumanie
andaradul@gmail.com

Résumé

Utilisant toute une stratégie de célébration d'un pays ou d'une région, les guides touristiques s'avèrent être l'un des instruments les plus importants qui incitent le touriste à découvrir des lieux, des cultures ou des gastronomies insolites. Mêlant description, récit, explication et argumentation, le discours des guides est hybride, dans la mesure où il relève du discours descriptif, promotionnel, procédural, critique et didactique. Dans notre article nous nous proposons de voir comment ces types différents de discours s'enchevêtrent dans trois guides français sur la Roumanie et par quels procédés chacun essaie de valoriser le patrimoine matériel et immatériel de ce pays.

Abstract

THE DISCOURSE OF THE FRENCH GUIDEBOOKS ON ROMANIA
Using a strategy for celebrating a country or a region, the guidebooks turn out to be one of the most important instruments in encouraging tourists to discover unusual places, cultures or gastronomies. Blending description, stories, explanation and argument, the discourse of the guidebooks is hybrid, insofar as it relates to descriptive, advertising, procedural, critical and didactic discourse. In our article we wanted to reveal how these different types of discourses are entangled in three French guidebooks on Romania and by what stylistic devices each of them attempts to enhance the tangible and intangible heritage of this country.

Mots-clés : *Roumanie, discours touristique, hybridité, valorisation, procédés stylistiques*
Keywords: *Romania, tourist discourse, hybridity, advertising, stylistic devices*

Introduction

Écrit de type particulier, qui relève du discours professionnel ou de spécialité, le discours touristique est fondé sur des stratégies dont le rôle est de convaincre et d'aguicher le voyageur potentiel, grâce à un message séduisant et provocateur. Le guide doit fournir au touriste des arguments susceptibles de l'inciter à visiter une région, à faire la connaissance des gens et des pays « exotiques », à déguster des plats et des boissons du terroir, à découvrir une nature spectaculaire, sauvage, à participer aux fêtes et aux cérémonials locaux, à redécouvrir la vie simple, rurale lors d'un séjour à la ferme.

10.52846/AUCLLR.2021.01.07

Mêlant récit, description, argumentation et explication, le guide doit pourtant signaler certains aspects moins mirifiques de la région ou des habitants, dévoiler des stéréotypes vrais ou faux, « […] selon un mécanisme de balancement axiologique dont le connecteur *mais* constitue l'opérateur privilégié » (Kerbrat-Orecchioni 2005 : 140). En ce sens, certains guides se veulent plus neutres ou plus objectifs dans les informations qu'ils offrent aux touristes, alors que d'autres se servent d'un discours de célébration, de valorisation extrêmement positive, qui mettent en vedette surtout la singularité, la rareté et la spécificité d'un lieu ou d'une collectivité. C'est pourquoi nous avons basé notre recherche exploratoire sur un corpus formé de trois guides présentant la Roumanie : d'un côté *Le Guide vert* de Michelin (2012)[1], et de l'autre, l'*Évasion* de Hachette (2009)[2] et le *Country guide 2012-2013* du Petit futé[3]. Si G1 et G3 mentionnent chacun quelques collaborateurs roumains qui ont contribué à la rédaction de ces guides[4], G2 indique le nom d'un auteur unique, Bernard Houliat[5] et cite, de façon très générale, l'apport du ministère des Transports, des Constructions et du Tourisme (p.304), ce qui explique peut-être son caractère un peu plus « officiel ». Fondant notre démarche sur la méthode d'analyse et de la comparaison, nous essayons d'abord examiner les types de discours qui s'enchevêtrent dans ces guides et ensuite de confronter la stratégie par laquelle chacun cherche à valoriser la Roumanie afin de la rendre attrayante pour les touristes.

1. Hybridité du discours des guides touristiques

Le discours des guides touristiques est hybride dans la mesure où il s'apparente à cinq types de discours : descriptif, procédural, critique, promotionnel et didactique (Kerbrat-Orecchioni 2005 : 134).

a) En tant que **discours descriptif**, les guides, par les visées pratiques et les informations utiles qu'ils donnent, s'apparentent aux récits de voyage ou aux ouvrages signalétiques. Ainsi, pour motiver le touriste de choisir un séjour au bord de la Mer Noire, G1 informe sur ses attraits, mais aussi sur ses caractéristiques géographiques (forme, étendue, relief sous-marin, faune) :

> « Calme ou capricieuse, la mer Noire borde la Roumanie sur 245 km. Elle cache dans ses abysses les mystères de l'arche de Noé et le souvenir des Argonautes. Pour le voyageur qui s'attarde sur ses côtes, la mer offre le spectacle inouï du "fleurissement de l'eau". Elle se pare alors d'une étonnante gamme de couleurs allant de toutes les nuances de bleu et de vert jusqu'aux rouges et aux bruns,

[1] Noté G1, pour les références ultérieures.

[2] Noté G2.

[3] Noté G3.

[4] G1 mentionne Ana Anastasescu, Liliana Dumitrache, Mariana Nae, Gabriela Andreea Serban alors que G3 adresse des remerciements à Gheorghiu, Mihaela, Rares et Dimitru.

[5] Bernard Houliat est « spécialiste de l'Europe orientale et de la culture des Roms. Collaborateur régulier des éditions Hachette et ayant vécu plusieurs années en Roumanie, où il travaille pour les institutions internationales, il est l'auteur de deux ouvrages bien connus des voyageurs qui aiment ce pays : *Tsiganes en Roumanie* (Éd. Du Rouergue 1999) et de *La Roumanie au petit bonheur* (Éd. Quelque Part sur Terre, 2000) » (G2 : 304).

qu'explique la présence des algues à pigment brun. La mer Noire occupe un bassin rectangulaire de 413000 km^2, communicant par des détroits du Bosphore et des Dardanelles avec la Méditerranée. Le relief sous-marin, une vaste plate-forme continentale profonde de quelques centaines de mètres, est un lieu privilégié pour les bancs de poissons endémiques (gobies noirs et pélamides), ou migrateurs (esturgeons, harengs ou maquereaux). Au large folâtrent dauphins et petits requins. » (G1 : 135-136).

b) Comme **discours procédural**, les guides fournissent aux touristes tous les détails pratiques nécessaires (moyens de transport, météo, adresses utiles, budget estimatif, monnaie du pays visité, possibilités de logement, restauration, divertissements, etc.) à l'organisation de leur voyage et de leur séjour. La plupart de ces renseignements reposent sur des structures conditionnelles/hypothétiques qui commencent par *si*, plus rarement par *au cas où* :

« Si vous aimez… la vie sauvage, l'histoire, la musique traditionnelle, le patrimoine religieux, l'artisanat, le monde rural et ses fêtes, la spéléo et la randonnée, la cuisine […] Si vous ne disposez que d'une semaine, visitez les monastères de Bucovine et les citadelles saxonnes. » (G2 : 12-16)
« Si vous comptez loger chez l'habitant, des sandales ou des chaussons vous seront bien utiles après vous être déchaussés. Enfin, pour satisfaire aux mœurs locales, pensez à une tenue "décente" pour visiter les monastères, même quand le soleil estival vous incite à vous découvrir. » (G1 : 13)

Mentionnons également les verbes à l'impératif, par lesquels on donne des conseils précieux pour assurer la réussite d'une villégiature. Leur fréquence très élevée dans tout type de guide a déterminé certains linguistes à les comparer avec le discours procédural des recettes de cuisine (Kerbrat-Orecchioni 2005 : 134) :

« Idées de séjour. Court séjour
À votre arrivée à Bucarest, accordez-vous une journée pour visiter les principaux monuments de la capitale. Prenez le temps de découvrir l'ambiance d'une ville qui se veut surprenante et imprévisible. Parcourez la Calea Victoriei pour y apercevoir le charme du palais Cantacuzino et des demeures historiques aux styles et influences variés. Le long de cette "rue de la Victoire", arrêtez-vous un instant autour de la Piața Revoluției… » (G3 : 14)
« Remettez-vous du voyage par des balades à pied, par exemple à la grotte de Scărișoara. […] À mi-séjour, passez une journée tranquille à Viscri, un luxe dont il ne faut pas se priver. […] Visitez sans hâte les églises et monastères de Bucovine. » (G2 : 16-17)
« Très marqué par les saisons, le climat roumain connait de fortes variations régionales. En hiver, prévoyez des habits chauds et un coupe-vent, des collants, des gants, un bonnet. Préférez plusieurs pulls fins à superposer sous un anorak, plutôt qu'un gros chandail. En toute saison, emportez de bonnes chaussures étanches car, à la moindre pluie, la boue gagne les campagnes. » (G1 : 13)

c) Par la dénonciation de certains aspects négatifs qu'on découvre lors de la visite d'un pays, d'une excursion quelconque, d'un repas ou d'un endroit d'hébergement, les guides rappellent le **discours critique**. Par ailleurs, les étoiles Michelin accordées aux restaurants et aux hôtels « […] symbolisent bien une évaluation graduée » (Kerbrat-Orecchioni 2005 : 135), que l'on remarque notamment dans G1 et de façon plus masquée dans G2 et G3. Ainsi, parmi les inconvénients d'un voyage en Roumanie, G1 mentionne la précarité des conditions d'hébergement dans certains hôtels, leurs tarifs variables, l'attribution des étoiles aux hôtels sur des critères qu'ils ne satisfont pas, le racolage des touristes par les chauffeurs de taxis qui demandent plus d'argent pour les amener en ville, à la gare ou à l'aéroport, de même que l'abordage par les autochtones pour leur proposer un logement :

> « Quel que soit votre budget, vous ne rencontrerez aucune difficulté à vous loger dans les régions les plus visitées. Le rapport qualité-prix va du très avantageux pour les pensions au franchement décevant[6] pour certains hôtels, auquel on reproche avant tout leur manque d'originalité. Les hôtels de charme font cruellement défaut. […] Ils sont pour certains restés en l'état : moquettes marron, mobilier devenu kitsch, personnel de service "d'époque". […] Les tarifs sont en théorie plus intéressants en ligne qu'en réservant par une agence de voyages en France, ou en réglant directement à l'hôtel. […] Dans les villes les plus visitées ou sur le littoral, on vous attend parfois dès la gare pour vous proposer un lit. Bloc de banlieue, ou belle maison en centre-ville ? Mieux vaut visiter avant de payer, s'assurer de la situation et vérifier le niveau de confort, sans quoi l'expérience enrichissante risque de virer en déception. » (G1 : 19-21)

Les remarques sur les possibles inconvénients sont moins directes dans les deux autres guides, qui cherchent à atténuer les dysfonctionnements de certains secteurs d'activité, comme la visite des monuments historiques, qui se ruinent, qu'on ne peut admirer que du dehors, parce qu'ils sont, depuis de longues années, en travaux de restauration, la céramique authentique de Horezu qui cède, peu à peu, la place au kitch. Comme dans G1, les deux autres guides commencent toujours par évoquer le côté positif de l'aspect sur lequel porte l'observation critique, le passage incontournable de la qualité au défaut ayant pour rôle d'atténuer en quelque sorte la désapprobation des auteurs :

> « La Roumanie dispose d'une richesse culturelle exceptionnelle. De nombreux monuments historiques sont présents dans tout le pays : sites archéologiques millénaires, cités antiques ou médiévales, palais, châteaux. Pour beaucoup, leur valeur est inestimable. Malgré les trop rares initiatives locales et les programmes internationaux de valorisation du patrimoine encore balbutiants, la liste des monuments historiques à rénover est encore longue. Trop souvent, on préfère laisser des bâtiments centenaires se dégrader pour en construire de nouveaux. Même si l'argent est le problème majeur, cela vient également de l'indifférence des autorités locales. » (G3 : 63)

[6] Partout c'est nous qui soulignons.

> « Horezu est le principal foyer de la céramique en Roumanie. Dans les boutiques proches du monastère vous en avez un aperçu indigeste. Ne perdez pas votre temps et gagnez le hameau d'Olari (qui signifie les "potiers"), à la marge N-O de Horezu, vers Urșani. Le long de l'unique rue, une dizaine d'ateliers maintiennent une tradition multimillénaire, tout en se laissant parfois aller au kitsch » (G2 : 83).

d) Le but de tout guide est de construire l'image touristique d'une région, d'un pays, c'est pourquoi il fait appel à un **discours promotionnel**, incitatif et laudatif en même temps, afin d'attirer le touriste. Selon Viallon (2013 : § 5), ce discours relève du discours publicitaire dans la mesure où il est basé sur les trois éléments du triangle rhétorique aristotélicien : *ethos* (le discours de l'émetteur renvoie à la crédibilité et à la confiance qu'il doit éveiller auprès du récepteur), *logos* (l'argumentation mise en place pour convaincre et les stratégies afférentes), *pathos* (sentiments mobilisés pour atteindre ce but). Pour Viaillon ce discours représente une communication interculturelle, car « Voyager est une forme de communication au monde et aux autres » (2013 : § 23). Pour séduire, les auteurs des guides doivent « culturaliser les éléments visuels et linguistiques » (Vaupot 2020 :11) et tenir compte des goûts et des tendances des touristes étrangers, des stéréotypes créés sur un peuple et de la nécessite de provoquer une réaction de la part du public auquel on s'adresse. Ainsi, les trois guides comparés jouent la carte de la diversité de la Roumanie, tant sous l'aspect géographique que sous l'aspect culturel. S'y ajoutent l'hospitalité proverbiale de ce peuple très accueillant, la position géographique de ce pays situé entre l'Orient et l'Occident, son histoire mouvementée, ses traditions qui restent encore vivantes dans certaines régions et surtout dans les milieux ruraux. Faire découvrir toutes ces richesses et ces beautés semble être la profession de foi des trois guides.

> « Une terre d'accueil
> Carrefour entre les mondes slaves et balkaniques, la Roumanie, cet îlot de latinité fait désormais partie de l'Union européenne. À seulement deux heures trente de vol de Paris, le dépaysement est assuré. Dans un pays en pleine transition, vous pourrez constater que les traditions d'hospitalité sont toujours bien vivantes. La diversité de son architecture, la générosité de sa gastronomie au rythme d'une musique haletante, tout est rassemblé ici pour passer un agréable séjour. » (G3 : 9)
> « Fêtes et célébrations
> Le quotidien du paysan s'accompagne d'un ensemble de croyances, de devoirs et d'interdits. Les coutumes liées aux événements de l'existence demeurent vivaces même si elles présentent souvent la survivance de rituels très archaïques : assister à un mariage ou à un enterrement reste une expérience inoubliable. […] Les fêtes locales ou propres à une communauté conservent un faste spectaculaire. » (G2 : 40-41)
> « Nature et paysages
> De vastes plaines, des plateaux parsemés de collines, des reliefs accidentés composent un kaléidoscope de paysages sans cesse renouvelés et d'autant plus attachants qu'une vie paysanne intense, marquée par de nombreux particularismes, les anime tout au long de l'année. Une locution barbare créée par les géographes a le mérite de rappeler les trois éléments constitutifs du paysage roumain – mer Noire,

fleuve roi et montagnes : oui, la Roumanie est bien un espace "carpato – danubo – pontique" » (G1 : 131)

e) Finalement, le discours des guides touristiques est également **didactique**, parce qu'il veut instruire. Renfermant une série de suggestions sur ce qu'on peut faire ou ne pas faire dans un pays, ce discours est une façon de « […] transmission de savoir et de savoir-faire, un "ouvrage didactique" » (Moirand 2005 : 152). Par ailleurs l'association des deux termes *guide* (« […] ouvrage qui aide le touriste à s'orienter, à découvrir les beautés, les curiosités d'une région, d'une ville, d'un édifice », CNRTL) et *touriste* (« […] celui ou celle qui fait du tourisme, qui voyage pour son plaisir, pour se détendre, s'enrichir, se cultiver », CNRTL) mène à la conclusion que l'une des fonctions importantes en est celle d'instruction et d'acquisition de nouvelles connaissances, suite aux expériences touristiques de chacun. Bien connaître un peuple ou un pays c'est le découvrir sous tous les aspects, dans des circonstances différentes, plus ou moins favorables. Le touriste saura ainsi comment faire face à toute situation, à tout défi lancé par les nouvelles rencontres lors de son voyage ; d'où la nécessité de consulter un guide pour savoir à quoi s'attendre en visitant une région inconnue, qui sortira le visiteur de sa zone de confort.

« Organiser son voyage
Un voyage en Roumanie coûte moins cher qu'un séjour en France. Néanmoins, le temps où les tarifs semblaient dérisoires aux yeux des touristes occidentaux est bien révolu. La location de voiture auprès d'une agence internationale et l'hébergement représentent les dépenses les plus importants. […] La Roumanie n'est pas une destination idéale pour les personnes à mobilité réduite ou les non-voyants. Hormis dans quelques hôtels coûteux et récents, les chambres adaptées sont rares. Circuler dans les rues, accéder aux restaurants, musées et transports est extrêmement difficile, car les aménagements manquent cruellement. […] Munissez-vous de la carte européenne d'assurance maladie qui couvrira vos éventuels soins sur place. Pensez à en faire la demande auprès de votre caisse d-assurance-maladie ou en ligne sur www.ameli.fr. au moins deux semaines avant votre voyage. » (G1 : 17)
« La Roumanie est un pays sûr, à condition de faire preuve, comme partout ailleurs, d'un minimum de vigilance. Redoublez d'attention à l'aéroport, sur les marchés et bazars, dans les gares et dans les transports en commun. Attention aux vols de carnets crédit, restez vigilent lorsque vous retirez de l'argent au distributeur. […] Méfiez-vous des saucissons industriels et des pâtés en boîte : on a tout à craindre des méthodes de fabrication et, de toute façon, c'est à peu près immangeable. Sous peine d'incidents intestinaux, les amateurs de grillades devront s'interroger sur la fraîcheur des mititei (petites saucisses grillées) préparée en été dans les bazars, sur le bord des routes, sur les marchés ou dans les restaurants. […] Évitez les toilettes publiques sauf quand elles sont payantes. En ville, les toilettes des restaurants et des cafés sont d'une tenue inégale. À la campagne, bien que l'eau courante commence à se généraliser, il arrive encore d'utiliser le petit cabanon au fond du jardin, qui, au moins, a le mérite d'être écologique ! » (G2 : 292-293)
« Il est assez courant en Roumanie de laisser des pourboires dans les restaurants et les bars, aux chauffeurs de taxi, etc. Pour ce qui est de négocier les prix, comme en

France, cela ne se fait point dans les boutiques. On peut éventuellement le tenter dans les marchés si vous avez la chance de tomber sur un vendeur qui aime marchander. » (G3 : 488)

Par l'apport conjugué de ces types différents de discours, le touriste potentiel arrive à être persuadé de la nécessité de découvrir de nouveaux territoires, des paysages spectaculaires, des peuples accueillants avec lesquels il peut partager des tranches de vie, surtout si le voyage est ponctué d'une immersion chez les habitants, pour une plongée authentique dans les traditions des lieux visités.

2. Thématique et rhétorique des guides

Mêlant la description et le récit, s'appuyant sur l'explication et l'argumentation des conseils offerts aux touristes, les guides associent étroitement « […] tourisme et communication, que ce soit par les pratiques proposées, par les techniques utilisées ou par les discours tenus à leur propos » (Viallon 2013 : § 15). La thématique abordée est presque similaire : une table des matières suivie d'une page d'accroche pour donner envie de visiter un pays, une description détaillée de chaque région avec ses particularités physiques, climatiques et culturelles, ses attraits, son insolite, ses légendes, ses goûts et ses odeurs, les moyens de transports pour y accéder, les possibilités de restauration et d'hébergement, une fiche technique avec des informations importantes sur la monnaie, les formalités de douane, les numéros de téléphone utiles en cas d'accident, de vol, de perte de documents, etc. En examinant les trois guides soumis à l'analyse, nous remarquons que les auteurs du G2 et du G3 ont suivi de près cette structure et que l'accroche du *Petit futé* est bilingue, reposant sur une formule d'accueil courante chez les Roumains :

« Bine ați venit în România! Bien venus en Roumanie ! Oubliez les clichés qui ont cours en Occident ! Grande et mystérieuse, la Roumanie est une terre des contrastes, entre modernité et tradition. Vous serez surpris, voire déconcertés par la diversité des paysages et la richesse du patrimoine culturel de ce pays latin d'Europe de l'Est récemment entré dans l'Union européenne. Sauvage, archaïque et moderne à la fois, la Roumanie préserve traditions et modes de vie ancestraux, ainsi qu'un précieux sens de l'hospitalité. […] Ce vaste pays a une palette multicolore à offrir à ses visiteurs. Et si l'on doit retenir une image, ce sera sans doute celle d'une Roumanie rurale aux traditions préservées, et qui le seront probablement encore pour de bonnes décennies ! Bon Voyage en Roumanie ! » (G3 : 1)

« Joyeusement humaine, sensuelle et excessive, mais trop souvent méconnue, la Roumanie est belle de sa complexité. Sa géographie tourmentée abrite des milieux naturels d'une exceptionnelle richesse : les Carpates et le Danube nourrissent la géographie et l'histoire du pays. Autour s'articule une fabuleuse mosaïque de paysages qui sont à la fois des sanctuaires du patrimoine biologique européen et le refuge de sociétés rurales passionnantes. Au carrefour des invasions et des empires qui ont écrit l'histoire de l'Europe orientale, le peuple roumain a su maintenir une identité originale et cohabiter avec tout un éventail de cultures dont on ne connaît guère d'équivalent ailleurs. La Roumanie est avant tout une terre d'intelligence et

de vieille civilisation, ce dont témoigne son patrimoine. Il est temps de se promener sans retenue dans ce pays généreux, convivial et inépuisable. » (G2 : 3)

Ces deux guides fondent leur invitation au voyage sur une série d'arguments objectifs (beauté et diversité du paysage, richesse du patrimoine culturel, variété ethnique et multiculturalisme, préservation des coutumes), qui réunissent dans la même phrase des aspects antonymiques (*terre des contrastes entre modernité et tradition, archaïque et moderne à la fois, sensuelle et excessive, mais trop souvent méconnue*). S'y ajoutent les clichés sur le pays, sur ses habitants et sur ses légendes qui circulent partout dans le monde grâce au roman de Bram Stoker (hospitalité proverbiale des Roumains, beauté des femmes, bons plats traditionnels préparés d'après d'anciennes recettes, pays du Dracula).

G1 commence *ex abrupto*, sans mot d'accueil, d'accroche ou de titre aguicheur, ce qui surprend le lecteur désireux d'être tenté par une expérience inédite de voyage. Du reste, les trois guides présentent une organisation assez proche, à savoir des informations générales sur l'organisation du séjour, un panorama général du pays (population, religion, langue, histoire, économie, culture, traditions et art de vivre, gastronomie, nature et paysages), les possibles itinéraires à suivre dans les régions pittoresques de la Roumanie (la Valachie, la Transylvanie, le Banat et le Crișana, le Maramureș, la Moldavie, la Dobroudja et le delta du Danube auxquelles s'ajoutent la capitale, Bucarest, et ses environs) afin de découvrir la beauté du paysage, la diversité du relief, la variété de la flore et de la faune, les saveurs des plats locaux, le charme et l'insolite des coutumes, le spécifique architectural des bâtiments et des églises, la générosité des gens simples. Tous comportent également des cartes et des indications routières pour faciliter le déplacement dans la région.

Pour conquérir le touriste et l'inciter à visiter le pays, les trois guides utilisent une stratégie rhétorique basée sur des figures de style dont la métaphore, la comparaison et la personnification se situent au premier rang. Elles sont épaulées par toute une série d'axiologiques positifs, qui renforcent la valorisation au superlatif d'un pays qui mérite d'être découvert. Les adjectifs utilisés, bien choisis pour le mettre en valeur, glorifient le paysage, les qualités des gens, la culture et les traditions. Nous ne nous arrêtons que sur quelques exemples : La Roumanie – *joyeusement humaine, sensuelle et excessive, belle de sa complexité* (G2 : 3), au milieu de laquelle règne la Transylvanie, faite de *collines, parfois imposantes, sillonnées de vallées débonnaires* (G2 : 21) ; la mer Noire - *calme ou capricieuse* avec *de longues plages de sable fin, caressées par la brise* (G1 : 135) ; la capitale, Bucarest, ville *d'un grand éclectisme culturel et bouillonnant d'activité* demeure *passionnante* (G3 : 1) et attire le plus grand nombre de visiteurs ; les *vivantes campagnes* dont le paysage *n'est qu'un immense jardin, minutieusement travaillé et bruissant d'activité* (G2 : 26), offrent aux touristes une *cuisine généreuse, rustique et conviviale* (G1 : 84) ; les Roumains sont *de grands bâtisseurs devant l'éternel* (G1 : 90). Dans leur entreprise de séduction du touriste, les auteurs se servent aussi d'un discours évaluatif très poétique, où les métaphores anthropomorphiques avoisinent les personnifications :

> « Les Carpates et le Danube nourrissent la géographie et l'histoire du pays. […] Environ un tiers de montagnes, un tiers de collines et un tiers de plaines : le territoire roumain tient dans ce nombre d'or que rabâchent les livres scolaires. Cette trinité se décline en cercles concentriques : au milieu, les rondeurs de la Transylvanie, cernées par la couronne des Carpates. Vers l'extérieur se déversent les collines valaques et moldaves. Puis d'un côté s'étalent les plaines du Banat et de Crișana, de l'autre, les vastes étendues de Valachie et de Dobrogea, qui regardent vers les Balkans et l'Asie. » (G2 : 20-21)
> « La Roumanie fait encore partie des pays d'Europe peu visités. [...] Vous ne vous trouverez donc que rarement noyés dans un flot de vacanciers, excepté sur le littoral, en plein été. [...] Le tourisme individuel est encore balbutiant et c'est là tout son intérêt. [...] Ce pays, à la portée de toutes les bourses, vous permettra de trouver des établissements luxueux, des hôtels de gamme moyenne ainsi que d'innombrables pensions villageoises souvent plus pittoresques. » (G3 : 10)

Dans le même esprit du discours de célébration poétique, métaphorique, G2 décrit le Danube qui *s'y taille un superbe défilé* (p. 21) et qui *règne sur cette région* (*idem*), les monts Apuseni qui *forment la ronde* et *présentent un visage alpin et escarpé* (*ibidem*), les *mornes étendues valaques* qui *se poursuivent vers l'est avec le Baragan puis la Dobrogea* [dont] *vignobles et forêts de feuillus apaisent ce paysage qui vient de mourir sur les plages du littoral* (*ibidem*) de la Mer Noire, les *vivantes campagnes* qui *débordent de couleurs et de générosité* (p. 26), où un vrai *fleuve de vie s'écoule dans les rues de terre battue* (p. 27), etc.

Moins idyllique dans la présentation des réalités roumaines actuelles, G1 s'avère être plus objectif et, de ce fait, plus parcimonieux dans l'emploi des figures de style. Cependant, les rares évaluatifs doubles ou triples font remarquer leur présence (*Sur leur terre nourricière, les paysans roumains maintiennent des traditions archaïques, simples et rassurantes*. p. 76 ; *Qu'on les découvre en traversant un village, à la sortie d'une messe, lors d'une fête ou dans un musée, les costumes traditionnels se distinguent autant par la richesse et la diversité de leurs ornements, que par l'unité et la sobriété des formes*. p. 79), tout comme les métaphores (*Un pays à deux vitesses. Passage de relais. Si la jeunesse mord dans le 21e s, avec enthousiasme, la génération active sous Ceaușescu n'y comprend parfois plus rien. Les premiers profitent d'une liberté que n'ont pas connue leurs parents, sans pour autant avoir les moyens d'en profiter. Ils considèrent l'adhésion à l'UE comme une promesse de vie à l'occidentale, voire une possibilité d'abréger l'attente en s'exilant. L'Europe n'a pas le droit de les décevoir.* p. 73 ; *Cet investissement personnel confère une âme à chaque habitation*. p. 77 ; *Le bois est roi dans le Maramureș* p. 77).

Les brèves évocations négatives sont vite écartées, les dysfonctions encore présentes dans les secteurs industriel, agraire, sanitaire, éducationnel etc. étant atténuées par des structures oppositives rendues à l'aide des connecteurs *mais, cependant, néanmoins, en revanche*, par des litotes ou des euphémismes.

> « Et la Roumanie ne produit plus grand-chose à grande échelle. Néanmoins, les choses évoluent de nouveau. De vastes terres sont rachetées, parfois par des

entreprises étrangères, pour produire des denrées propres à la consommation locale et à l'exportation. […] Les services représentent aujourd'hui 55,2% du produit national brut. Ce chiffre est bas comparé à ceux des économies d'Europe occidentale, mais il pourra augmenter par la suite. […] Le potentiel touristique du pays est énorme, nul besoin de le décrire ici : tout le guide y est consacré. Cependant, c'est le tourisme d'affaires (de 60 à 70% des revenus actuels du tourisme) qui s'est le plus développé suite à l'entrée dans l'UE. » (G3 : 50-51)

« Pendant cette période de transition, les paysans ont privilégié une agriculture d'autarcie. Une mosaïque de cultures et de gestes s'est maintenue, faisant certes l'admiration des touristes, mais exigeant un travail colossal pour une productivité limitée. Ces campagnes n'arrivent plus à maintenir ce fragile équilibre entre autosubsistance, petits services et solidarité de voisinage, qui leur a permis de traverser les siècles. [...] De nombreuses traditions ont su se maintenir dans cette Roumanie rurale. Pour les découvrir et les apprécier, il faut une certaine disponibilité. Ne vous arrêtez surtout pas aux bouffonneries folkloriques, car la magie de ce pays est ailleurs. » (G2 : 26-27)

« L'été est idéal pour découvrir les montagnes, tandis que Bucarest, étouffante et poussiéreuse, devient moins vivable. [...] Ainsi, si l'été permet d'effectuer de belles randonnées, de vivre de beaux festivals et de circuler aisément dans le pays, la chaleur (paysages "brûlés") ou l'affluence peuvent représenter, par endroits seulement, une gêne. » (G1 : 12)

Comme ces notes dysphoriques sont éparses et suivies de descriptions magnifiant les aspects positifs de la société roumaine et notamment la beauté et la diversité des paysages, la richesse de la flore et la faune, le touriste arrive à les accepter et retient que la Roumanie est un pays sûr, hospitalier, proche culturellement de la France, pas trop cher et qui certainement mérite d'être exploré.

Pour conclure

Répondant à une nécessité de faire connaître la Roumanie à un public provenant de différents milieux ayant des intérêts variés (sport, recréation, santé, culture, gastronomie, etc.), les trois guides analysés « ratissent large » (Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 147) pour susciter la curiosité des touristes pour un pays peu connu, mais qui a beaucoup de choses à offrir. Si les discours de célébration et de promotion occupent une large place dans l'ensemble de ces présentations, le discours critique met en garde le visiteur sur certains éléments dysphoriques, qui pourraient brouiller l'image d'une Roumanie pleine de contrastes, versatile mais hospitalière, éclectique mais tolérante, un cocktail savoureux et original de traditionnel et de moderne, de rural et d'urbain, de tradition et d'innovation. Et, par des stratégies de valorisation au superlatif des aspects attrayants du pays, G1, G2 et G3 arrivent à « […] attirer, faire venir, faire rester, faire revenir » (Boyer et Viallon 1994 : 21).

Corpus

G1 = *Roumanie*, Le guide vert, Michelin
G2 = *Roumanie*, Évasion, Hachette
G3 = *Roumanie*, Country guide 2012-2013, Petit futé

Bibliographie

Boyer, Marc/Viallon, Philippe (1994). *La Communication touristique*. PUF : Paris.

Boyer, Marc (1996). *L'Invention du tourisme*, Paris : Gallimard.

El Gaied, Mouna/Meyer, Vincent (2014), « Communication, tourisme et développement territorial : l'exemple des GSOURS du sud-est tunisien », in *Les enjeux de l'information et de la communication* No 15/1 : 5-15.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2005), « Suivez le guide ! Les modalités d'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de « l'île de l'Afrodite » », in *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'atérité*, Dionysis Goutsos, Marcel Burger, Fabienne Baider H (éds), Paris : L'Harmattan, 133-150.

Moirand, Sophie (2005), « Le même et l'Autre dans les guides de voyage au XIIIe siècle », in *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, Dionysis Goutsos, Marcel Burger, Fabienne Baider H (éds), Paris : L'Harmattan, 151-172.

Vaupot, Sonia (2020), « La traduction des sites web touristiques, vers la localisation ou la culturalisation ? », in D.E.L.T.A. 36-2 : 1-27, http://dx.doi.org/10.1590/1678-460X2020360208 (consulté le 22.07.2021).

Viaillon, Philippe (2013), « La communication touristique, une triple invention », in *Mondes du tourisme* no.7. *Gastronomie et développement local*, online since 30 September 2015, connection on 22 June 2021. URL: http://journals.openedition.org/tourisme/171; DOI:https://doi.org/10.4000/tourisme.171 (consulté le 5.05.2021).