

### Références bibliographiques :

- Chantelauve Chiari, O. 1987. Tourisme aujourd'hui, Minerva, Bergamo, Italie
  - Dany, M., Laloy, J.R. 1993. Le Français de l'hôtellerie et du tourisme, Hachette, Paris.
  - Delisle, J., Jahanke, L., Cormier, M. 1999. La terminologie de la traduction, Amsterdam, John Benjamins.
  - Delisle, J. 1980. L'analyse du discours comme méthode de traduction, Ottawa, Edition de l'Université d'Ottawa.
  - Dubois Jean et Claude. 1980 . Introduction à la lexicographie : le Dictionnaire, Paris.
  - Dubois, J. 1994. Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Larousse.
  - Grande Encyclopédie. 1985. Paris, Édition Le Robert.
  - Guilbert, L. 1975. La créativité lexicale, Larousse, Paris.
  - Guilbert, L. 1965. La formation du vocabulaire de l'aviation, Larousse, Paris.
  - Hourcade, B. 2005. Bilingual Dictionary of Tourism, French-English, Edition Pocket, Paris.
  - Hurtado Albir, A. 1990. La notion de fidélité en traduction, Paris, Didier Erudition.
  - Ladmiral, J.R. 1979. Théorèmes pour la traduction, Paris, Payot.
  - Lederer, M. 1994. La traduction aujourd'hui: le modèle interprétatif, Paris, Hachette.
  - Leroy, L. 1980. L'emprunt linguistique, Les Belles Lettres, Paris.
  - Lexique de l'hôtellerie et du tourisme. 1994. français-anglais et anglais-français, Les bilingues pratiques, Foucher, Paris.
  - Nerrerie, J.P. 2004. Parlez-vous Globish, Editions Eyrolles, Paris,.
  - Polguère A. 2003. Lexicologie et sémantique lexicale, Notions fondamentales, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal.
  - Rondeau, G. 1989. Les langues de spécialité. Le français dans le monde, n°145, Hachette, Paris.
  - Rondeau, G. 1983. Introduction à la terminologie, Gaétan Morin, Québec.
  - The State Tourism Training Agency. 1991. Bon séjour, French for hotel, catering and tourism industry, CERT, Dublin.
  - Thomachot, A., Meyrier, Ch. 1993. Lexi hôtel, français-anglais, Desvigne, Editions Casteillat, Paris.
- 
- حسين الرفاعي، فراس صالح. 2007. إجراءات وإدارة الدوائر الأمامية والاستقبال،، دار المسيرة، عمان.
  - خسارة، ممدوح. 1994. التعريب والتنمية اللغوية، الأهلية للطباعة والنشر، دمشق.
  - الدباس، نبيل. 2003. الجغرافيا السياحية، منشورات الحمد، عمان. الأردن.
  - عمار عبد الهادي، حسين الرفاعي. 2007، إدارة الإيواء، دار المسيرة، عمان.
  - عودة، أكرم. المحادين، سلام. معجم الأقصى السياحي، إنجليزي- فرنسي، عربي، قيد الإعداد.
  - القرني، أحمد محمد علي. 2000. المعجم السياحي الشامل، إنجليزي-عربي، مكتبة لبنان ناشرون.

## Références

- 1- Dubois, J. Dictionnaire de linguistique et des sciences langages, p. 177.
- 2- L'emprunt est d'abord phonétique dans " parking, footing etc." où le son [ing] n'était pas connu des locuteurs français, il est morphologique dans "self-service" où le morphème lexical non autonome "self" n'était pas non plus d'usage en français, il est ensuite syntaxique dans "week-end" où l'ordre grammatical est contraire à ce que le français véhicule, il est enfin lexical dans de nombreux exemples de tous les domaines de la vie sociale et scientifique .
- 3- Guilbert, L. La formation du vocabulaire de l'aviation, p. 139.
- 4- Guilbert, L. La formation du vocabulaire de l'aviation, p.138.
- 5- Prepaid ticket.
- 6- Bed and breakfast.
- 7- International Air Transport Association.
- 8- Very Important Person
- 9- L'anglais et le français ont eu recours à quelques termes latins pour désigner des concepts très techniques. En voici quelques exemples :
 

ad hoc booking	réservation ad hoc	حجز لغرض محدد، عند الحاجة
ad hoc chartering	chartering ad hoc	طيران عارض محدد، عند الحاجة
ad hoc rooms	chambres ad hoc	حجز غرف محدد، عند الحاجة
- 10- Dans son dictionnaire, El-Koronby utilise le terme « ضيافة » pour traduire les termes suivants hospitality : « ضيافة », hospitality industry : « صناعة الضيافة », hospitality ressources : « موارد الضيافة », hospitality suite : « جناح الضيافة ». El-Koronby, Ahmed M. Ali, A Comprehensive Dictionary of Tourism, p. 78.
- 11- Le processus de mutation sémantique peut-être aussi étudié d'après l'analyse de traits sémiqes à laquelle nous n'aurons pas recours dans cette étude, faute d'une part de temps et d'espace et d'autre part, cela ressort d'une étude exhaustive portant uniquement sur la constitution du vocabulaire touristique dans une seule langue, or notre recherche est trilingue.
- 12- Cette métonymie est formée d'après le prénom du célèbre musicien autrichien Mozart. Dans le jargon des voyagistes, Amadeus désigne un système de réservation informatisé utilisé en Europe.
- 13- Cette métonymie est formée d'après le nom du célèbre scientifique italien. Dans le langage touristique des voyagistes, Galileo désigne un système de réservation informatisée utilisé au Moyen-Orient. Les autres systèmes employés dans les agences de voyages sont Apollo et Sabre, qui constituent d'autres métonymies.
- 14- Ce mot valise est formé en anglais de « motorway » et d' « hotel ». C'est un exemple intéressant de métonymie tronquée par voie de mot valise. Ce processus de former un terme à partir de deux mots est assez fréquent dans le discours des voyagistes. Aussi, trouve-t-on : aparthotel, appartement et hôtel, bothotel, boat et hotel etc.
- 15- Sont donc exclus les composés synthétiques à sémantisme complexe gréco-latins comme " gastronomie, aéronautique» qui s'opposent, entre autre, aux unités syntagmatiques par le fait qu'ils répondent à la vision traditionnelle du mot puisqu'ils sont toujours soudés en un seul mot délimité typographiquement par deux blancs ou séparés par un trait d'union, ce qui permet de les insérer dans l'une des catégories néologiques examinées. Il n'est pas illégitime de rappeler que syntaxiquement les « synthétiques » s'opposent aux « syntagmatiques » par le fait qu'ils n'obéissent pas à l'ordre de déterminé-déterminant du français, et lexicologiquement, ils trouvent leur place dans les dictionnaires de langues, place interdite aux « syntagmatiques » .
- 16- Guilbert, L. Formation du vocabulaire de l'aviation, p. 135.
- 17- L'espace de cet article ne permettant pas d'analyser la structure syntagmatique des trois langues sous étude, la présente étude se limitera par conséquent à l'étude des syntagmes touristiques français dont la structure suit, tout comme l'arabe, l'ordre de déterminé-déterminant. A l'opposé, la structure de la langue anglaise obéit à l'ordre déterminant-déterminé.

entre la terminologie technique d'un domaine et les besoins socio-économiques de la société. Touchant à tous les aspects de la vie moderne et devenant un produit de service très démocratisé donc massif, les termes touristiques ne pouvaient être ni savants, ni ésotériques, ni opaques. Au contraire, ils se sont formés, et se forment toujours, pour répondre à un besoin terminologique de masse. Le recours massif au langage courant, l'usage fréquent des terminologies syntagmatiques et le recours à l'image parlant de la métaphore a nécessairement rendu ces termes clairs, transparents et facilement communicables.

De plus, la terminologie du discours touristique est à l'image du domaine lui-même. Il n'est pas question uniquement d'affirmer que cette terminologie connaît un grand essor, tout comme l'économie que génère la croissance du secteur de l'industrie de loisirs, mais il est aussi question de constater que la terminologie elle-même n'est en dernière analyse qu'un produit de consommation reflétant son environnement et s'adaptant à la nature du public ciblé. Certes, la complexité et la spécificité d'une terminologie quelconque est en fonction du domaine lui-même. La nature très diversifiée des sous-domaines du tourisme et de son très large public a rendu sa terminologie accessible et vulgarisée mais aussi exogène.

L'emprunt sous toutes ses formes intralinguistique et interlinguistique est le trait dominant de la formation du vocabulaire de l'industrie de loisirs. Si le recours aux emprunts des termes à la langue usuelle et à d'autres domaines est monnaie courante dans la formation de la majorité des connaissances, en tourisme la prédominance de l'emprunt terminologique à l'anglais souligne la réalité d'une mondialisation linguistico-culturelle de la vision anglo-saxonne de notre monde contemporain.

« terrain » dans le syntagme « terrain d'aviation » qui appelle un second élément spécifique « d'aviation », nécessairement, dans le cas de la terminologie touristique, un terme désignant une notion touristique qui va spécifier le contenu sémantique général de la base et l'insérer par la suite dans le champ notionnel d'accueil.

Certes, des lexèmes comme « rat » dans « rat d'hôtel », « deadhead », « طفيلي دخيل » ou « dead », « mort » dans « deadhead flight », « parcours à vide », « رحلة طائرة فارغة », ou « chaîne » dans « chaîne de charters », « سلسلة », « حريات الملاحة » « aeronautical liberties », « libertés aéronautiques » « طيران عارض الجوية » n'avaient pas avant leur insertion dans les derniers syntagmes, aucun rapport avec le champ notionnel de la terminologie touristique. Par conséquent, c'est la fantaisie créatrice du linguiste qui par une figure de style, notamment la métaphore, leur a confiés une place à l'intérieur du syntagme désignant un concept dans le domaine d'accueil. C'est le cas de beaucoup de syntagmes inclus dans les dictionnaires de l'industrie de loisirs comme par exemple :

carte de débarquement	landing card	بطاقة وصول يملؤها المسافر
service des banquets	catering department	قسم المطعم، قسم التموين بالولائم
contrôle du trafic aérien	air traffic control	مراقبة الملاحة الجوية
catégorie d'hébergement	accommodation category	درجة الإيواء

Ensuite, cette base peut-être, non pas cette fois un lexème général ou emprunté à d'autres domaines, mais un lexème de plus large compréhension relevant du champ de la terminologie touristique. Les termes qui reviennent le plus souvent dans la formation des syntagmes qui vus sous cet angle sont des lexèmes comme, entre autre, « tourisme », « voyage », « séjour » etc. Ces derniers se combinent avec d'autres lexèmes qui ont pour fonction principale d'apporter à la première unité de base une spécification différentielle et opposable à d'autres unités complexes. Ces unités de spécification peuvent être des lexèmes généraux ou empruntés à d'autres domaines « tourisme de masse vs tourisme solitaire », « séjour en pension complète vs séjour en demi-pension », « billet aller-simple vs billet aller-retour », « vol régulier vs vol charter » etc.

## Conclusion

La socioterminologie étudie la relation d'interaction et d'interdépendance

bronzage artificiel	شمس اصطناعي	artificial sun-tan
buffet froid	بوفيه مأكولات باردة، مائدة مفتوحة باردة	cold buffet
couloir aérien	ممر جوي	air lane
aviation civile	الطيران المدني	civil aviation
<b>* nom + de + nom, comme :</b>		
hall de départ	قاعة المغادرة	departure hall
appel de réveil	مكالمة الإيقاظ	call service
changer de cap	يغير الوجهة	change course
porte de débarquement	بوابة الوصول أو الهبوط	disembarkation gate
tarif de cabotage	تسعيرة المساحة	cabotage fare
<b>* nom + pré. + nom, comme :</b>		
voyage à forfait	رحلة شاملة	air inclusive tour
voyage à forfait	رحلة شاملة	air inclusive tour
aéroport en ligne	موقع المطار الإلكتروني	airport online
frais d'agence	عمولة وكالة	agency fee
<b>* nom + pré. + syntagme nominal, comme :</b>		
loi sur l'aviation civile	قانون الطيران المدني	civil aviation act
fontaine à eau chaude	موزع الماء الساخن	hot water dispenser
lit à deux places	سرير مزدوج	double bed
chambre à deux lits	غرفة سرير مزدوج	tow bed room
carte de navigation aérienne	خارطة الملاحة الجوية	air navigation map

Cette liste n'a pas bien entendu la prétention d'être exhaustive, d'autres structures peuvent se manifester si bien que la majeure partie des syntagmes que nous avons relevée dans les ouvrages terminographiques de tourisme appartiennent à la structure « nom + adjectif ». Si l'on examine attentivement ces syntagmes, l'on se rend compte que leur structure s'appuie sur deux éléments : le premier élément joue toujours le rôle d'une base autour de laquelle la signification syntagmatique se réalise, grâce au deuxième élément, soit par spécification, soit par généralisation.

En s'appuyant sur l'élément de base, on peut distinguer deux catégories de construction syntagmatique : soit générale, soit spécifiée. Dans la première, ce noyau syntagmatique est un mot du langage général qui se caractérise par son contenu sémantique général extérieur au domaine d'accueil comme

pour principal critère de classification les unités lexicales simples, autrement dit le mot qu'on définit généralement, non pas avec pertinence, comme étant unité graphique incluse entre deux espaces. Ensuite la nature formationnelle très diversifiée de ces unités complexes appelées communément syntagmes se heurte à des difficultés de classification .

Certes, si nous prenons l'exemple des syntagmes formés à partir de deux unités lexicales autonomes tels que

balneology tourism	tourisme thermaliste	سياحة الحماماتية
		سياحة الاستشفاء بالحمامات

On s'aperçoit que le premier élément en français et en arabe « tourisme » est un néologisme d'emploi puisqu'en entrant en contact avec le deuxième élément dans un nouveau champ notionnel, il prend une nouvelle signification. Le deuxième élément « thermaliste » est un néologisme morphologique. De surcroît, le syntagme nominal « tourisme thermaliste » constitue, en tant qu'unité complexe dotée d'un sémantisme précis, un néologisme d'emploi.

Ayant constaté la difficulté de classer ces unités lexicales complexes, Guilbert souligne la nécessité de les classer sous une nouvelle catégorie spécifique qui

« comprend toutes les unités de signification complexes nouvelles, composées d'éléments morphologiquement <sup>15</sup> disjoints »<sup>16</sup>.

L'examen des syntagmes véhiculés en français et en arabe<sup>17</sup> dans le discours touristique que renferment les dictionnaires montre d'une part qu'ils constituent le principal canal de désignation néologique et d'autre part qu'ils relèvent majoritairement du syntagme nominal essentiellement structuré comme le montre le tableau suivant :

\* **nom + nom, comme :**

chasseur groom	صبي الفندق	bellboy
voiture couchette	قاطرة الأسرة	couchette car
vol charter	الطيران العارض	charter flight
journée clients	يوم النزلاء	guest day
déjeuner buffet	غداء مفتوح	buffet lunch

\* **nom + adjectif, comme :**

liaison aérienne	ربط جوي	air link
------------------	---------	----------

expérimenter. Aussi, on réserve un séjour en pension complète en Thaïlande sans connaître ce pays, sans connaître, hormis des images publicitairement manipulées, l'hôtel, la nourriture ou les circuits. Ce mode de consommation est métaphoriquement appelé aveugle d'où le terme technique :

buck buyers      achats aveugles      شراء أعمى

La même idée revient pour désigner l'atterrissage sans visibilité d'où le terme touristique métaphorisé :

blind landing      atterrissage sans visibilité      هبوط أعمى، بدون رؤية

La forme et la couleur, constituent un autre canal de métaphore que le discours touristique emprunte pour désigner ces concepts et ces services. La verdure de la nature justifie le terme de « tourisme vert », « سياحة خضراء ». La couleur du bleu marin impose le terme « tourisme bleu », « سياحة زرقاء ». La blancheur de la neige sur les montagnes inspire le terme « tourisme blanc » « سياحة بيضاء ».

La couleur et la forme constituent le canal des termes arabes métaphorisés suivants :

flight recorder      boîte noire      الصندوق الأسود  
deluxe suite      suite de luxe      جناح فاخر

### **Terminologie touristique et néologie syntagmatique**

Des unités complexes telles que :

conference tourism      tourisme de congrès      سياحة المؤتمرات  
check-in deadline      limite d'enregistrement      نهاية وقت تسجيل المغادرة  
between seasons      entre-saisons, demi saison      فترة ما بين موسمين  
coastal cruise      croisière côtière      رحلة بحرية ساحلية  
accommodation industry      industrie de l'hébergement      صناعة الإيواء الفندقية  
board and lodging      gîte et couverts      مأوى وطعام

ne peuvent être intégrées en étant des moyens d'expression de nouvelles notions, dans aucune des catégories néologiques que nous venons de passer en revue :

De prime abord, cette difficulté est due, au fait que lesdites catégories ont

Amadeus	Amadeus <sup>12</sup>	أماديوس
Galileo	Galileo <sup>13</sup>	جاليليو
doggy bag	emporte-restes	أخذ بقايا وجبة إلى البيت
motel	motel <sup>14</sup>	موتل

### Terminologie touristique et métaphore

Contrairement à la métonymie, la métaphore constitue la plus grande source grâce à laquelle beaucoup de concepts véhiculés dans le discours touristique ont vu le jour. Certes, le recours à la métaphorisation dans la terminologie des domaines technoscientifiques est très fréquent car la vulgarisation scientifique qu'elle soit destinée à l'enseignement supérieur ou à l'usage langagier quotidien trouve sa meilleure expression dans l'image véhiculée dans la métaphore et qui rend le concept aisément saisissable.

A l'instar de la métonymie, la métaphore est linguistique. Cependant la métaphore diffère d'elle du fait que le rapprochement existant entre ces deux notions est établi en vertu d'un trait commun qu'entretiennent ces deux dernières. En s'inspirant largement de la vision d'Aristote de la métaphore, les linguistes la définissent comme : l'attribution à une chose d'un nom qui en désigne un autre et qui va également la représenter entièrement non parce qu'elle serait l'un de ses constituants ; mais pour la seule raison que l'un de ses constituants ou de ses traits est commun aux deux choses.

Ce trait pouvant provenir d'un attribut de similarité, de relation, de qualité, de forme ou de fonction. Certes, les traits d'interdépendance reliant un grand nombre de restaurants ou d'hôtels qui constituent une entité commerciale portant le même nom, les mêmes services et les mêmes politiques de commercialisation, les services d'accueil rappellent les mailles d'une chaîne en fer, d'où l'expression métaphorique de « chaîne d'hôtels », de « chaîne de restaurants », « سلسلة فنادق، سلسلة مطاعم ». La forte stagnation d'une saison rappelle la mort d'où l'expression de « saison morte » ou « dead season », « موسم ميت، موسم كساد »

S'il s'agit d'un trait de relation, il peut être clarifié par la relation que relie métaphoriquement la nature aveugle des services proposés par l'industrie de divertissement aux non-voyants qui consomment constamment des produits virtuels, non perceptibles immédiatement. Certes, les produits que commercialise l'industrie de loisirs sont des services et non pas des produits matériels. Et le consommateur les paye avant de les voir, de les tester ou de les

deux termes arabes « إيواء، نزيل » peuvent rendre le contenu notionnel des termes tels que « hospitality industry, guest lounge, guest room ».

Le recours irréfléchi au calque sémantique peut porter confusion, cette fois linguistique. A titre d'exemple, la traduction littérale qu'on rencontre dans les dictionnaires arabes des termes « check-in », comme dans les termes « check-in desk, check-in hour, check-in time check-in agent, check-in counter etc. », embrouille le locuteur. En effet, le « check in » à l'aéroport implique nécessairement le départ, or un « check in » à la réception d'un hôtel implique l'arrivée et l'admission à l'hôtel. Le transfert de ce terme polysémique nécessite en arabe une double traduction transparente : le « check in » à l'aéroport est « تسجيل المغادرة », littéralement enregistrement au départ, et le « check in » à l'hôtel sera rendu par « تسجيل الوصول », littéralement « enregistrement à l'arrivée ».

### Terminologie touristique et tropes

On pourrait résumer le processus général de la mutation sémantique par les tropes aboutissant à revêtir à un lexème ancien une nouvelle signification quand le locuteur met en parallèle non fortuitement deux concepts ou deux objets dont l'image de l'un provoque l'image de l'autre, soit par ressemblance d'un attribut commun ou soit par contiguïté, dans l'esprit de ce même locuteur. Aussi ce type de néologismes puise essentiellement dans les images de l'univers référentiel, certes l'image est parlante, elle fait immédiatement appel à l'esprit et, rend plus aisé la saisie d'un propos .

Néanmoins, il serait prétentieux de dire que ce qui précède suffit d'éclairer le glissement sémantique. Mais il serait aussi difficile de pouvoir traiter les divers processus de mutation sémantique et notamment les différentes théories expliquant cette mutation en l'espace d'un article cherchant à étudier l'ensemble des processus de la formation de la terminologie touristique. Ceci est d'autant plus vrai que c'est devant les faits d'ordre sémantique que la linguistique se heurte le plus à des difficultés et que les analyses des linguistes se multiplient sans nécessairement se croiser. Nous proposerons par conséquent de ne considérer que la vision traditionnelle expliquant la mutation sémantique par les tropes<sup>11</sup> notamment la métaphore. La métonymie étant peu présente dans le discours touristique, ne sera pas traitée. Ces exemples en témoignent :

bain-marie

bain-marie

حمام مريم

all-you-can-eat	nourriture à volonté	طعام حتى الإشباع
bucket shop	agence de voyages de discount	وكالة سياحة التذاكر المخفضة
drive-in	service au volant	خدمة السيارات : في مطاعم الوجبات السريعة
high season	haute saison	موسم الذروة
off season	hors saison	خارج الموسم
package	forfait	حزمة سياحية
low season	basse saison	موسم الكساد
drive-in restaurant	restauvolant	خدمة السيارات : في مطاعم الوجبات
bucket shop	agence de voyages de discompte	وكالة سياحة التذاكر المخفضة

Quant à l'arabe, le seul terme qu'il a prêté au français et à l'anglais est un calque sémantiquement « مهرجان التسوق », traduit en anglais par « shopping festival » et en français par « festival du shopping ». Il s'agit d'un terme syntagmatisé mis à la lumière du jour par l'émirat de Dubaï dans ses efforts d'être un haut lieu d'attraction touristique dans la région : même si les sites et les ruines archéologiques des grandes civilisations sont absents et que le climat est loin d'être clément, faire ses achats à des prix imbattables était l'un des rares chemins à emprunter pour devenir une grande destination touristique .

Le recours au calque sémantique ne doit pas se faire de manière systématique, Certes, derrière ce transfert notionnel d'une langue à une autre, c'est une culture et un mode vie qui se cachent et si les langues se croisent à travers l'emprunt et le calque linguistique, il n'est pas rare qu'elles se distinguent culturellement.

Aussi, si le calque sémantique des termes anglais « hospitality » et « guest » sont admissibles linguistiquement et culturellement en français traduits par « hospitalité » et « hôte », leur calque, comme le font les dictionnaires touristiques arabes<sup>10</sup>, par respectivement « ضيافة، ضيف » est indubitablement problématique. Certes, le concept « hospitalité » en arabe véhicule une notion culturelle clé, sémantiquement hautement chargée, fortement enraciné dans la culture arabe. L'idée d'associer « l'hospitalité » ou « l'hôte » à l'idée de facture, de faire payer transgresse assurément une culture millénaire et enfreint incontestablement des coutumes immuables, obligeant l'hôte qui reçoit d'offrir abondamment et de traiter ainsi gracieusement l'hôte reçu. Les

L'anglais s'est imposé comme la première langue véhiculaire de la planète, c'est l'instrument de communication dans la plupart des négociations commerciales internationales. C'est le lieu de rencontre des langue-cultures. Cette suprématie provient aussi du poids de l'industrie touristique et des moyens dont dispose cette industrie aux Etats-Unis. Aussi, l'anglais a-t-il prêté à tant d'idiomes toute sorte de termes. On peut citer : « charter, brunch, hotel, motel etc.» comme exemples de termes simples et les termes : « happy hour, tour operator » comme exemples des termes syntagmatisés . « PTA<sup>5</sup>, B&B<sup>6</sup> IATA<sup>7</sup>, VIP<sup>8</sup>... » sont des exemples des sigles mondialement emprunté à l'anglais.

Le recours à l'emprunt à l'anglais ne se limite pas à emprunter la totalité morphosémantique des termes, mais il se manifeste aussi au niveau d'un segment linguistique ; ce segment peut être un préfixe, un suffixe, un des composants d'un terme syntagmatisé. Le français a emprunté au syntagme « over booking » le segment « booking » qu'il a présuffixé par la préposition de lieu « sur » d'où le terme syntagmatique frananglais « sur-booking ». Ce recours n'est pas étranger à l'arabe qui pour rendre la notion de « E-booking », réservation par internet, a emprunté le segment « internet » précédé par le terme « حجز » en arabe<sup>9</sup>.

Al'emprunt morphosémantique, on oppose l'emprunt purement sémantique connu sous le nom de calque sémantique. Il s'agit d'une traduction notionnelle des concepts désignant des notions et des objets extralinguistiques conçus en anglais et véhiculés dans les langues emprunteuses.

A leur tour l'arabe et l'anglais et beaucoup d'autres langues ont emprunté au français quelques termes touristiques, on peut citer les exemples suivants :

menu	menu	لائحة الطعام، وجبة
pension	pension	بنسيون، فندق
buffet	buffet	بوفيه، مائدة مفتوحة
plage	plage	شاطئ
chef	chef	شيف، طبخ ماهر
service	service	الخدمة

L'étude analytique des dictionnaires spécialisés en arabe et en français montre qu'un grand nombre de termes touristiques ne sont que des calques notionnels de termes anglais comme en témoignent entre autres les termes suivants :

## مصطلحات الخطاب السياحي:

### مصادرها وصياغاتها وترجماتها

د. أكرم عودة

air sickness	mal de l'air	مرض دوران الجو
algototherapy	algotérapie	معالجة بالطحالب البحرية
balneology	thermalisme	الحماماتية : علم الاستشفاء بالحممامات
sea sickness	mal de mer	مرض دوران البحر
thalassotherapy	thalassothérapie	العلاج بماء البحر
climate therapy	tourism tourisme de thérapie climatique	سياحة الاستشفاء المناخي أو الجوي
<b>* informatique</b>		
E-ticketing	réservation sur le web	حجز عبر الإنترنت
on line fare	tarif en ligne	تسعيرة عبر الإنترنت
online booking	réservation en ligne	حجز عبر الإنترنت
on-line brochure	brochure en ligne	مفشورات عبر الإنترنت
online information	information en ligne	استعلامات عبر الإنترنت
online travel agency	agence de voyages en ligne	وكالة سياحة وسفر عبر الإنترنت
automated ticket	billet informatisé	تذكرة موحوسبة
<b>* commerce</b>		
air brokers	courtiers de tourisme	وسيط، سمسار سياحي
cabotage fare	tarif de cabotage	تسعيرة المساحلة
income	revenu	عائد أو دخل
marketing	commercialisation	تسويق
profit earning	capacité rentabilité	القدرة على كسب الأرباح
profit margin	marge bénéficiaire	هامش الربح
profitability	rentabilité	الربحية
tourism demand	demande de tourisme	الطلب السياحي
tourism expenditure	dépense de tourisme	الأنفاق السياحي

### Terminologie touristique et emprunt externe

Contrairement à l'emprunt interne, l'emprunt interlangue, appelé emprunt morphosémantique. Il consiste à transférer la totalité d'un terme, c'est-à-dire le signifiant, le signifié et leur référence extralinguistique d'une langue à une autre.

Qui dit tourisme, dit mobilité à travers l'espace et le temps, et cette mobilité a nécessairement besoin d'une langue véhiculaire au niveau international.

substituts déjà connus du locuteur»<sup>4</sup>.

Néanmoins, si ce recours à ce type de désignation est rendu linguistiquement possible, c'est essentiellement grâce et à travers le principe de l'arbitraire du signe sans lequel cette forme de polysémie de dénomination serait inconcevable. Ce principe se résume, faut-il le rappeler, dans le fait que la relation nouée entre le signe linguistique et la réalité extralinguistique qu'il symbolise est purement arbitraire, à l'exception, bien évidemment des onomatopées.

### Terminologie touristique et langues de spécialités

Les différents domaines de la connaissance humaine qu'une langue-culture emploie se croisent linguistiquement et conceptuellement. L'échange entre ces différents domaines se concrétise dans l'inter-emprunt des concepts avec les termes qu'ils désignent. Les domaines emprunteurs intègrent les concepts et les termes empruntés dans leur champ conceptuel en digérant ces termes tels qu'ils sont dans le système conceptuel du domaine, c'est-à-dire l'emprunt de la totalité du signe sans y toucher ni à sa forme linguistique ni à sa substance sémantique ni à sa référence extralinguistique.

Touchant à tous les aspects de la vie humaine que la post-modernité a encore rendu plus diversifiée et complexe, l'industrie de loisirs regorge de termes techniques empruntés à une grande variété des domaines de la connaissance humaine allant de l'agriculture à l'informatique et à l'aéronautique :

#### \* aéronautique

air corridor	couloir aérien	ممر جوي
air navigation	navigation aérienne	ملاحة جوية
air navigation map	carte de navigation aérienne	خارطة الملاحة الجوية
high altitude	haute altitude	ارتفاع عالٍ
landing	atterrissage	هبوط
low altitude	basse altitude	ارتفاع منخفض
supersonic	supersonique	بسرعة الصوت
take off	décollage	إقلاع

#### \* médical :

aeromedecine	aéromédecine	الطب الجوي
aerophobia	aérophobie	الرهاب الجوي، رهاب الطيران

entrée, un plat de résistance et un dessert servi à table ou en libre service, la gratuité des boissons ainsi leur nature (alcoolisé ou pas) sont toujours spécifiées dans le forfait qui n'est aux yeux des juristes qu'un contrat légal dont les termes sont chargés de contenu sémantique.

L'on peut, néanmoins, faire la distinction entre deux types de termes empruntés par le discours touristique au langage courant : d'abord il y a ceux qui ne véhiculent d'autre sens que celui que l'usage courant lui attribue et sont inclus dans les dictionnaires spécialisés car ils peuvent être utiles aux touristes tels que « table, train, tarif, avion, vacances, plage, téléphone, taxi etc. ». C'est pour des raisons pratiques et pour des impératifs lexicographiques de marketing que de telles lexies occupent un grand nombre d'entrées dans les dictionnaires spécialisés :

Il y a ensuite l'ensemble des mots de la langue usuelle que les touristes emploient dans leurs sens généraux mais qui acquièrent dans l'usage professionnel un sens technique différent de celui du grand public. Examinons par exemple les deux anglais termes « infant » et « children ». Alors que les voyageurs les utilisent d'une manière synonymique et dans l'acception du langage courant, le langage spécialisé des voyagistes nous les définit comme suit :

« **infant – children** » : bébé de moins de 2 ans voyageant gratuitement ou avec une réduction de 90%. Cela signifie que l'enfant/bébé doit voyager sur vos genoux et que vous n'avez droit pour lui ni à une valise supplémentaire ni à un excédent de poids, mais uniquement à un bagage à main pour l'enfant/bébé ainsi qu'à une poussette pliable. Mais si le bébé voyageant est non accompagné, il paiera le plein tarif et aura tous les autres avantages dont bénéficie le voyageur adulte en plus de la prise en charge aux aéroports de départ et d'arrivée et pendant le vol. Si l'enfant a entre deux et sept ans, l'enfant est appelé « child » et paiera 75% du plein tarif appliqué en ayant tous les droits d'un passager plein tarif.

Résultant donc d'une polysémie lexicale, les lexèmes spécifiés sémantiquement sont toujours sollicités, d'une part, pour dénommer les indénombrables nouveaux concepts et objets que le progrès technoscientifique dégage sans cesse; et d'autre part

«l'expression d'une chose, même entièrement nouvelle, ne peut se réaliser linguistiquement d'emblée par un système de signes entièrement nouveaux, il faut à la pensée, souligne Guilbert, des relais qui permettent de se familiariser avec l'appellation nouvelle sous forme de définition périphrastique ou de

langue humaine vivante ne peut se soustraire.

Les linguistes font la distinction entre deux types d'emprunts : il y a d'une part l'emprunt interne et d'autre part l'emprunt externe ; le premier, appelé emprunt intralangue ou interdisciplinaire, se fait par un processus à l'intérieur du même système linguistique de la même langue, le second, nommé emprunt interlangue s'opère à travers un échange entre les différents systèmes linguistiques.

### **Terminologie touristique et emprunt terminologique interne**

Il s'agit, comme on vient de le dire, d'un emprunt à l'intérieur d'une même langue par lequel le signifiant d'un terme est transféré du langage courant à une langue de spécialité ou d'une langue de spécialité à une autre. Ce processus est communément connu sous le nom de néologie sémantique.

La néologie par spécification sémantique consiste dans

«l'utilisation de la forme phonique d'un signe appartenant à un champ sémantique pour traduire un contenu sémantique différent». <sup>3</sup>

En effet, ce type de néologisme se distingue de tous les autres par le fait que la matière morphosyntaxique utilisée préexiste dans le fond lexical en tant que lexème autonome doté d'une signification lexicale mais qui, sans subir aucune modification graphique ou morphosyntaxique, est prise dans une nouvelle signification structurée au sein du champ sémantique de discipline emprunteuse. A titre d'exemple, les termes touristiques suivants ne sont que des mots de la langue usuelle, mais qui acquièrent en contexte touristique une définition terminologique renvoyant à un concept faisant partie d'une conceptualisation structurée propre au domaine de l'industrie de loisirs :

reception	réception	استقبال
ticket	billet	تذكرة
hotel	hôtel	فندق
package	forfait	حزمة
dinner	dîner	عشاء

Par exemple, le contenu sémantique que peut avoir le mot « dîner » dans le langage courant ne coïncide pas avec celui que lui attribue les professionnels du tourisme et la loi de la consommation. Le dîner qu'on peut avoir chez soi peut se limiter à un simple plat vite fait bien fait ; or le dîner inclus dans un séjour de demi-pension ou de pension complète doit légalement inclure une

Ce dernier n'est en dernière analyse qu'une forme d'emprunt qui se fait non pas au niveau du signifiant et signifié mais au niveau du signifié seulement: les termes suivants en français et en arabe comme : « haute saison, موسم, الذروة, couloir aérien, ممر جوي, aéromédecine, الطب الجوي, hors saison, خارج الموسم, forfait, حزمة سياحية », sont, respectivement, des traductions opérées par le calque sémantique des termes anglais suivants : « high season, air corridor, aeromedecine, off season, package ».

Ensuite, dans son ensemble, la terminologie touristique est fortement caractérisée par une rareté relative des termes ésotériques savants d'une part et d'une forte présence des terminologies empiriques simples d'autre part. Ceci se fait rapidement sentir lors d'une rapide consultation des dictionnaires spécialisés aussi bien en arabe qu'en anglais ou qu'en français. Si la majorité des termes des domaines de spécialistes s'adresse à un lectorat plus au moins spécialisé, les termes véhiculés dans les ouvrages terminographiques touristiques ciblent le grand public allant du touriste de culture générale moyenne aux élites intellectuelles. Ceci explique le recours à l'emprunt intensif au langage courant et à d'autres disciplines spécialisées. Ces dernières sont tantôt proches de l'univers conceptuel touristique comme la géographie et l'archéologie, tantôt très lointaines du tourisme comme l'aéronautique ou la médecine.

### Terminologie touristique et emprunt linguistique

Il y a emprunt

« quand un parler A utilise et finit par intégrer une unité ou un trait linguistique qui existait précédemment dans un parler B (dit langue source) et que A ne possédait pas ». <sup>1</sup>

Par conséquent, c'est une innovation de la parole qui affecte des parties diverses de la langue : phonétique, morphologique, syntaxique, vocabulaire. <sup>2</sup>

En tant que phénomène sociolinguistique, l'emprunt a toujours accompagné les langues humaines, mais il n'a jamais été aussi fortement ressenti qu'il l'est à notre époque. Ceci s'explique par le fait que le temps et l'espace qui entravaient autrefois la communication et les contacts entre les langue-cultures des peuples ont été infiniment réduits grâce à l'incroyable développement technoscientifique de nos jours. Il en résulte que l'emprunt linguistique est réellement devenu un phénomène linguistique auquel aucune

L'industrie de touristique gagne de l'importance et devient pour beaucoup de pays l'un des plus importants secteurs de l'économie en terme d'emploi, d'investissements et de revenus. Cet épanouissement économique a été accompagné par un essor du discours touristique d'où la nécessité de l'étude des sources formationnelles morphosémantiques de la terminologie touristique.

L'histoire des terminologies scientifiques et techniques n'est en définitive que des flux de migration de signes linguistiques à double sens entre le langage courant et les langues techniques : les sciences ne peuvent pas seulement se constituer que de termes techniques savants, conceptuellement structurés, univoques car elles seraient difficilement enseignables et communicables et de ce fait, les domaines les plus techniques et les plus savants comportent des termes empruntés au langage courant.

Cette étude portera sur une recherche termino-traductologique trilingue ayant l'anglais comme langue source et le français et l'arabe comme langues cibles. Elle n'a pas la prétention de citer et/ou étudier l'ensemble de la terminologie touristique et ses nombreux sous domaines et encore moins d'étudier la totalité de ses sources linguistiques et formationnelles ou leurs traductions. Elle cherchera, d'une part, à mettre en évidence les traits dominants, la nature et l'importance de la terminologie touristique, très peu traitée surtout en arabe et d'autre part, à examiner quelques procédés de formation et leurs traductions de la langue de départ vers les deux langues d'arrivée.

L'étude de l'emprunt, dans ses sens techniques, s'impose ici. Certes, la nature même de cette terminologie est essentiellement doublement empruntée : d'abord par intra-emprunt, c'est-à-dire le recours au langage courant et aux langues de spécialités à l'intérieur même de la langue formatrice des termes touristiques ; et ensuite par l'inter-emprunt entre les différentes langues. Deux autres procédés de formation terminologique seront examinés : d'un côté la néologie syntagmatique incluant deux morphèmes indépendants et plus et de l'autre côté, les tropes, notamment la métaphore. Notre choix de travailler sur ces deux procédés se justifie, tout comme pour l'emprunt, par le fait qu'ils sont, terminologiquement parlant, les plus productifs.

Cette étude se base sur deux constats. D'abord, la majorité écrasante de concepts touristiques voit le jour en anglais. Leur transfert vers d'autres langues vivantes se fait le plus par le biais de la traduction par calque sémantique

# مصطلحات الخطاب السياحي مصادرها وصياغاتها وترجماتها

د. أكرم عودة \*

## الملخص

أفرز ازدهار صناعة السياحة والسفر خطاباً لغوياً كثرت مصطلحاته التقنية، وتعددت تعابيره الدقيقة. تسلط هذه الدراسة «المصطلحية الاجتماعية» الضوء على خصائص هذا الخطاب وتقدم لتبلور وترجمة مفرداته التقنية. صاغ الخطاب السياحي مصطلحات جديدة مشحونة بمفاهيم دقيقة، واقترض الكثير من المفاهيم من شتى العلوم الإنسانية والطبيعية والتقنية، واستعار الكثير من الكلمات العامة، وصقل مدلولاتها بمفاهيم سياحية محددة. يعرض هذا البحث أيضاً للمعوقات اللسانية والثقافية؛ لترجمة هذا الخطاب ومصطلحاته من اللغة الإنجليزية التي ترى معظم هذه المصطلحات النور في جمعيتها إلى الفرنسية والعربية. كما يظهر هذا البحث العلاقة الرابطة بين طبيعة الاصطلاح التقني، وطبيعة مستخدميه.

الكلمات الدالة: السياحة والسفر، المصطلحية الاجتماعية، اقتراض، ترجمة، مجاز.

---

\* مركز الدراسات الفرنسية - سابقاً - جامعة البحرين.



# Terminologie Du Discours Touristique : Sources, Formations Et Traductions.

*Dr. Akram Odeh*

## **Abstract**

The flourishing of the industry of tourism and travel has led to the creation of a special discourse, which possesses technical terminologies and specialized expressions. This study sheds light on the «socioterminology» of this discourse, its formation, development and its technical terms and their translation. The newly formed terminologies came as a result of borrowing concepts from various fields of knowledge, and also from specifying the semantic cotenant of «general words». This study also sheds light on some of the linguistic and cultural obstacles of translating these specialized terminologies from English, where most of the touristic terminologies borne, into Arabic and French. It also highlights the importance of the relationship existing between the nature of the technical terminology and its users.

Key words : tourism and travel, socioterminology, borrowing, translation, metaphor.

---

\* *French studies center - University of Bahrain.*

