



# LE FORME e LA STORIA

n.s. XIII, 2020, 1

**RUBETTINO**



# LE FORME e LA STORIA

Rivista di Filologia Moderna  
Dipartimento di Scienze Umanistiche  
Università degli Studi di Catania  
n.s. XIII, 2020, 1

RUBETTINO

**RUBETTINO**

2020

# LE FORME e LA STORIA

*Rivista di Filologia Moderna*  
*Dipartimento di Scienze Umanistiche*  
*Università degli Studi di Catania*

© 2020 - Rubbettino Editore Srl

Rivista semestrale, n.s. XIII, 2020, 1 - ISSN 1121-2276  
Registrazione presso il Tribunale di Catania n. 559 del 13-12-1980  
Variazione del 18-7-2007

---

**Direzione:** N. Mineo, A. Pioletti

**Direttore responsabile:** N. Mineo

**Comitato scientifico:** A.M. Babbi (Verona), F. Bertoni (Bologna), M. Cassarino (Catania), S. Cristaldi (Catania), L. Curreri (Liège), L. Formisano (Bologna), Cl. Galderisi (Poitiers), W.E. Granara (Cambridge, MA), Fl. Gregori (Venezia "Ca' Foscari"), P. Guaragnella (Bari), M. Haro Cortés (València), St. Kalklamanis (Atene), M.J. Lacarra (Zaragoza), R. Librandi (Napoli "L'Orientale"), A. Manganaro (Catania), M. Marchetti (Catania), A. Meier (Kiel), A. Naccarato (UNICAL), P. Oppici (Macerata), Wen-Chin Ouyang (SOAS London), B. Pinchard (Lyon 3), D. Poli (Macerata), G. Ruozi (Bologna), A. Sciacovelli (Turku), S.C. Sgroi (Catania), L. Somigli (Toronto), F. Spera (Milano "Statale")

**Comitato redazionale:** E. Creazzo, A. Gurrieri, I. Halliday, S. Italia (segr.)

**Direzione e redazione:** Dipartimento di Scienze Umanistiche - Università degli Studi di Catania, piazza Dante 32 - 95124 Catania - Tel. 095 7102202 - Fax 095 7102200 - E-mail: redazione.formestoria@unict.it

**Amministrazione:** Rubbettino Editore Srl, viale Rosario Rubbettino 10 - 88049 Soveria Mannelli - www.rubbettino.it - E-mail: giuseppe.paletta@rubbettino.it - Tel. 0968 6664201

Abbonamento annuale (2 numeri): Italia € 40,00; estero € 60,00. Un numero: Italia € 20,00; estero € 30,00

Richieste e pagamenti vanno indirizzati a: Rubbettino Editore - uff. abbonamenti - ccp 115062888

Al sito [www.rubbettino.it](http://www.rubbettino.it) - Sezione Riviste, al titolo «Le forme e la storia», si può prendere visione del Codice etico della rivista e degli Indici dei fascicoli pubblicati, completati, a partire dal n. 1-2019, dagli abstract in italiano e in inglese di ciascun articolo

La rivista si avvale della procedura di valutazione e accettazione degli articoli *double blind peer review*

Impaginazione: *emmegraf*, Grafica editoriale di Pietro Marletta, via Delle Gardenie 3 (Belsito) - 95045 Misterbianco (CT) - E-mail: [emmegraf@tiscali.it](mailto:emmegraf@tiscali.it) - Tel. 095 7141891

## Sommario

- 7 Premessa
- 9 *Attilio Scuderi*  
Quattro passi nella paura: breve viaggio in una passione italiana
- 19 *Nicolò Mineo*  
Riscatto del peccato originale e nuovo «dirubamento»
- 33 *Bruno Pinchard*  
Autour d'un lévrier noir. Dante ou l'Apocalypse contenue
- 51 *Mario Pagano*  
Latino e volgare siciliano in un codice miscelaneo di testi di veterinaria: ms Parigi, BNF, lat. 7018\*
- 67 *Giovanna Alfonzetti*  
“Questioni di galateo ovvero” ... titoli e sottotitoli
- 87 *Flavio Gregori*  
«In a nutshell». La miniaturizzazione dell'epica e la poesia eroicomica inglese dell'età neoclassica
- 133 *Antonio Sciacovelli*  
Viaggiatori ungheresi nell'Italia dell'Ottocento
- 151 *Annafrancesca Naccarato*  
Traduire une écriture de l'hybride. *La Curée* d'Émile Zola en italien
- 171 *Marina Paino*  
Il poeta e la sirena operaia. Per una lettura di *Una visita in fabbrica* di Vittorio Sereni
- 189 *Dmitry Novokhatskiy*  
*Non è ancora tardi*: Il trauma post-sovietico e la “correzione economica” della storia nella letteratura russa di massa

- 205 *Giuliana Russo*  
Latin and the English grammars 1500-1850: a peculiar story of  
language contact
- 221 *Antonio Gurrieri*  
Le discours touristique en Sicile
- 237 *Simone Casini*  
Issues of Creativity: An International Framework for Educatìo-  
nal Linguistics
- 255 Gli autori
- 259 Indice dell'annata 2019
- 261 Norme redazionali per gli autori

RUBETTINO

*Antonio Gurrieri*

## Le discours touristique en Sicile

### *Introduction*

Une analyse du discours touristique en Sicile pourrait se révéler une entreprise compliquée si le chercheur n'établissait pas de limites temporelles. La naissance du tourisme de masse selon la conception moderne est, d'une certaine manière, un événement récent qui remonte au XX<sup>e</sup> siècle. Cependant, c'est à partir du XVIII<sup>e</sup> siècle que naît véritablement le tourisme, avec le célèbre « Grand Tour ». À l'époque romantique, un flux de voyageurs français part à la découverte de la Sicile<sup>1</sup>. Toute une série d'œuvres littéraires naissent à partir d'expériences directes ou indirectes<sup>2</sup>. Des écrits qui célèbrent les beautés et le caractère des Siciliens enrichissent la littérature de voyage. Notre recherche pourrait même commencer à l'époque grecque, avec les odes de Pindare sur la ville d'Agrigente ou d'Ortygie, à Syracuse<sup>3</sup>.

Cette étude fait partie d'une recherche en cours, plus ample, et se concentrera sur la période contemporaine.

Notre propos est tout d'abord celui d'étudier le discours touristique relatif à la Sicile, à travers l'analyse de certains aspects discursifs. Le corpus choisi, à savoir les guides touristiques, nous permet ainsi d'entamer une première analyse. Les éléments euphoriques, qui font

<sup>1</sup> Cf. H. Tuzet, *Voyageurs français en Sicile au temps du romantisme (1802-1848)*, Boivin, Paris 1945 ; Id., *La Sicile au XVIII<sup>e</sup> siècle vue par les voyageurs étrangers*, Heitz, Strasbourg 1955. Au XIX<sup>e</sup> siècle se développe le « Voyage en Orient » et la Sicile fait partie des étapes de ce nouveau parcours. Cf. B. Urbani, *Auberges siciliennes au XIX<sup>e</sup> siècle dans quelques récits de voyageurs français*, in « Revue du CAER » 17, 2007, pp. 415-42. <http://journals.openedition.org/etudesromanes/932>

<sup>2</sup> Voir, à ce sujet, M. Marchetti, *Poetica dell'ironia*, Centro Editoriale e Libraio Università della Calabria, Rende 2003.

<sup>3</sup> Cf. G. Vallet, *Pindare et la Sicile*, in *Le monde grec colonial d'Italie du Sud et de Sicile*, Publications de l'École française de Rome, Rome 1996, pp. 177-206. [www.persee.fr/doc/efr\\_0223-5099\\_1996\\_ant\\_218\\_1\\_5632](http://www.persee.fr/doc/efr_0223-5099_1996_ant_218_1_5632)

naturellement partie du genre textuel propre aux guides, se mêlent ensuite aux éléments dysphoriques, qui peuvent influencer la vision du touriste avant le voyage et au cours de sa visite. On fera enfin appel au double rôle de la stéréotypie ; instrument de connivence et, quelquefois, porteur de préjugé.

### *Le corpus*

La présente étude se limite à l'analyse discursive des guides touristiques en version papier, qui présentent aussi des versions numériques. Les deux supports sont identiques. En fait, les guides subissent chaque année de petites mises à jour, surtout pour ce qui concerne les informations pratiques de voyage. De façon générale, les guides touristiques restent encore, malgré la concurrence de divers sites internet ou d'applications sur téléphone mobile, des supports très utilisés pour préparer la découverte d'un nouveau pays<sup>4</sup>.

Nous soulignons que les guides étudiés ici ont fait l'objet d'une sélection, sur la base de données significatives relevées en cours d'étude parmi les guides les plus vendus et consultés par les touristes avant leur arrivée en Sicile<sup>5</sup>. Il s'agit tout d'abord de la collection *Guides Gallimard* et, en l'occurrence, du volume *Géoguide Sicile*, réédité plusieurs fois (12<sup>e</sup> édition, 2017)<sup>6</sup>. La dernière version en format numérique est datée de février 2020 (14<sup>e</sup> édition). Nous avons également sélectionné le *Guide Le Routard - Sicile 2019*<sup>7</sup> et le *Guide Vert Michelin*, publié en 2017<sup>8</sup>. Ces trois guides présentent des caractéristiques communes ; soit un chapitre important sur les aspects géographiques, historiques et culturels de la région ; une partie pratique, qui concerne les informations utiles pour l'organisation du voyage ; et, enfin, une partie bien plus vaste, consacrée à la description des différents sites.

<sup>4</sup> Cf. D. Martin, *Tourisme : les guides en papier séduisent toujours*, in « France bleu », 15 juin 2019. <https://www.francebleu.fr/infos/culture-loisirs/tourisme-les-guides-en-papier-seduisent-toujours-1560273391>

<sup>5</sup> La sélection des guides étudiés est le résultat de l'expérience directe que nous avons eue avec des touristes francophones, en tant que guide touristique officiel agréé pour la région Sicile.

<sup>6</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, Gallimard Loisirs, Paris 2017.

<sup>7</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, Hachette, Vanves 2019.

<sup>8</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, Michelin Travel Partner, Boulogne-Billancourt 2017.

*Les éléments euphoriques et valorisants*

Les guides touristiques sont considérés comme des textes qui donnent au lecteur une image précise de la destination promue. Maria Teresa Zanola affirme que l'expression linguistique, dans le domaine touristique, se manifeste à travers de nombreux textes, soit scientifiques – liés au tourisme comme phénomène économique et commercial ou socioéconomique – soit de vulgarisation comme les guides touristiques, les brochures, les dépliants ou les catalogues<sup>9</sup>. Les guides touristiques sont de véritables « invitations au voyage », selon la définition de Catherine Kerbrat-Orecchioni<sup>10</sup>, qui analyse avec précision ce genre textuel. Notre étude s'appuie notamment sur ses recherches, ainsi que sur une étude spécifique menée par Mariagrazia Margarito à propos des guides français sur la Sicile<sup>11</sup>.

Pour ce qui concerne le genre discursif, les guides touristiques sont difficiles à cerner. Selon Kerbrat-Orecchioni, il s'agit d'un genre textuel hybride qui puise à la fois dans les genres descriptifs, comme les classiques récits de voyage, et dans les textes informatifs ou encore les discours procéduraux, comme dans les exemples suivants :

En voiture: à env. 145 km de Palerme et à env. 80 km de Trapani (A29): sortez à Castelvetro et suivez les indications. À 12 km de Mazza del Vallo<sup>12</sup>.

Empruntez la via Castello a Mare sur la gauche de l'église, puis tournez à droite sur la via Garibaldi<sup>13</sup>.

Jour 1: traversez rapidement la banlieue moderne de Syracuse pour rejoindre son île, Ortigia, où s'écroulent et se redressent les vieux palais. Prenez votre temps pour flâner dans le quartier<sup>14</sup>.

<sup>9</sup> M.T. Zanola, *Modalità espressive del linguaggio del turismo*, in AA.VV. *Il turismo bresciano tra passato e futuro*, a cura di Mario Taccolini, V&P, Milano 2001, p. 273.

<sup>10</sup> Cf. C. Kerbrat-Orecchioni, *Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'« île d'Aphrodite »*, in *La communication touristique - Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, L'Harmattan, Paris 2004.

<sup>11</sup> Cf. M. Margarito, *Éléments dysphoriques dans les guides touristiques: La Sicile des guides français*, in « Synergies Italie » I, 2003, pp. 102-14.

<sup>12</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 203.

<sup>13</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., p. 331.

<sup>14</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 30.

Il s'agit d'un discours critique qui produit pourtant une « discrimination positive systémique », la définition est de Kerbrat-Orecchioni<sup>15</sup>, puisqu'il possède toujours une valeur positive, que les étoiles Michelin symbolisent:

Trois étoiles (Vaut le voyage) – Agrigento : les somptueux vestiges de ce qui fut l'une des villes les plus riches de l'Antiquité se dressent majestueusement au milieu d'un paysage couvert d'oliviers et d'amandiers<sup>16</sup>.

Dans *Le Routard*, à la place des étoiles, on utilise le célèbre pictogramme d'un marcheur dont le sac à dos est un globe terrestre. Ce pictogramme peut être présent une à trois fois, en fonction de l'intérêt touristique du site en question. Le *Géoguide* utilise, pour sa part, un système mixte : étoile noire pour les sites incontournables, étoile blanche pour les sites remarquables, et enfin une frimousse pour un coup de cœur. En somme, pour Kerbrat-Orecchioni :

Enfin, le discours des guides s'apparente aux discours *promotionnels* [...]. Il n'est pas exagéré de dire que le discours promotionnel surplombe et englobe les discours descriptifs, procéduraux et critiques [...]. Discours *incitatif* donc, qui emprunte essentiellement les voies d'un discours *évaluatif* et plus précisément laudatif, et qui fonctionne globalement selon ce mécanisme inférentiel qui caractérise tout énoncé publicitaire : X est bien (il possède tels attributs positifs) : consommez X<sup>17</sup>.

Les guides utilisent donc un langage qui est propre à la publicité et notre corpus n'échappe pas aux principaux procédés du discours évaluatif-incitatif. À ce propos, les exemples sont nombreux :

La partie médiévale et originelle de Raguse est aussi la plus touristique. [...] Sur la piazza del Duomo, à droite, dans une élégante demeure début XIX<sup>e</sup>, le Circolo di Conversazione, cercle très fermé, accueille parmi ses membres les plus hauts représentants de la ville. [...] Palazzo La Rocca, dont l'élégante façade baroque est décorée d'anges joufflus. [...] Palazzo Nicastro, ancienne chancellerie de Ragusa Ibla, présente un superbe portail baroque couronné de chapiteaux<sup>18</sup>.

<sup>15</sup> Kerbrat-Orecchioni, *Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'« île d'Aphrodite »*, cit., p. 135.

<sup>16</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., p. 7.

<sup>17</sup> Kerbrat-Orecchioni, *Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'« île d'Aphrodite »*, cit., p. 135.

<sup>18</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 316.

Raguse est une ville Janus. [...] Ainsi, Ragusa Ibla a conservé cette saveur mi-médiévale mi-baroque qui la rend si attachante, si surprenante, si singulière<sup>19</sup>.

Avant d'emprunter la fameuse *scalinata*, un escalier de 250 marches plein de charme et de recoins, qui serpente entre églises et bâtiments pittoresques, avec quelques formidables points de vue panoramiques sur Ibla! D'abord, la *chiesa Santa Maria delle Scale*, la plus vieille (XIII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> s.) et l'une des plus belles de Ragusa, bien connue pour ses élégantes arcades gothiques aux piliers dessinant de fines colonnettes<sup>20</sup>.

Nous remarquons, dans les trois guides, la présence abondante d'adjectifs qui appartiennent à la catégorie des évaluatifs axiologiques. Ce sont des subjectivèmes selon la théorisation faite par Kerbrat-Orecchioni, c'est-à-dire des éléments axiologiques, et donc des marques de subjectivité dans le langage<sup>21</sup> :

Lorsqu'un sujet d'énonciation se trouve confronté au problème de la verbalisation d'un objet référentiel, réel ou imaginaire, et que pour ce faire il doit sélectionner certaines unités dans le stock lexical et syntaxique que lui propose le code, il a en gros le choix entre deux types de formulations : le discours « objectif », qui s'efforce de gommer toute trace de l'existence d'un énonciateur individuel ; le discours « subjectif », dans lequel l'énonciateur s'avoue explicitement (« je trouve ça moche ») ou se pose implicitement (« c'est moche ») comme la source évaluative de l'assertion<sup>22</sup>.

L'énonciateur des guides se pose de manière implicite dans le discours. Il veut que le lecteur se passionne pour la ville de Raguse parce qu'elle recèle des demeures élégantes, des lieux exclusifs, des monuments magnifiques. Tous ces adjectifs « portent, sur l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent, un jugement de valeur, positif ou négatif »<sup>23</sup>. Dans notre cas, le jugement est certainement positif et ces types d'adjectifs comportent un « engagement émotionnel du locuteur vis-à-vis de l'objet dénoté »<sup>24</sup>. Il s'agit donc d'un discours évaluatif-incitativ bien maîtrisé par le locuteur, afin de pousser le futur voyageur à la découverte de la ville. Par ailleurs, à propos encore des axiologiques,

<sup>19</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., p. 255.

<sup>20</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 240.

<sup>21</sup> C. Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation*, Armand Colin, Paris 1999, p. 79

<sup>22</sup> *Ivi*, p. 80.

<sup>23</sup> *Ivi*, p. 102.

<sup>24</sup> *Ivi*, p. 80.

une distinction intéressante est celle entre axiologiques intrinsèques et contextuels et le phénomène de contagion axiologique :

La distinction entre axiologiques *intrinsèques* (« magnifiques plages ») vs *contextuels* (« mer très beau ») ; ou le phénomène de contagion *axiologique*, qui par la magie de l'enchaînement charge d'une connotation valorisante des termes neutres ou ambivalents à cet égard, et même des attributs en principe opposés, comme la tradition et la modernité, le caractère sauvage de l'île et ses vertus hospitalières (on voit ici se profiler le caractère sauvage de la *terre de contraste*)<sup>25</sup>.

Tous ces éléments caractérisent le langage des guides, et le phénomène de contagion axiologique est bien repérable dans notre corpus ainsi que le topos de la terre de contraste. En particulier, l'étude de ce topos est creusée par Margarito, qui distingue différents niveaux de contraste liés à la géographie de l'île, à son histoire, à l'art et aux traditions, à la cuisine et en dernière instance au caractère des Siciliens<sup>26</sup> :

Alors, terre bénite des dieux ? Il est difficile de répondre, mais, en tout cas, elle n'a cessé d'alimenter ce mythe et d'accueillir toutes les civilisations [...] Catane : la plaine y est fort étendue et fertile, mais peut-être plus angoissante à cause de la présence menaçante de l'Etna<sup>27</sup>.

La Sicile est une terre lumineuse et hospitalière, mais fière et jalouse, peuplée de gens réservés, mais prêts à s'ouvrir avec une cordialité et une disponibilité rares, un pays où l'*omertà* cohabite avec le désir de la combatre. Exprimer de tels paradoxes représente un véritable défi artistique<sup>28</sup>.

Ne soyez pas déçu par les 1ers kilomètres qui traversent les banlieues grises de Catane, les paysages vous réservent ensuite de très bonnes surprises ! Le train passe, entre autres, par Paternò, Adrano, Bronte, Maletto, Randazzo, puis Linguaglossa, Piedimonte et Giarre, en traversant des paysages tantôt verdoyants, tantôt désolés, mais toujours avec le volcan fumant comme acteur principal!<sup>29</sup>

Nous tenons à faire remarquer, dans ces extraits, la présence d'« opérateurs d'inversion » comme « mais ». Ce connecteur est fonctionnel

<sup>25</sup> Kerbrat-Orecchioni, *Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'« île d'Aphrodite »*, cit., p. 138.

<sup>26</sup> Cf. Margarito, *Éléments dysphoriques dans les guides touristiques : La Sicile des guides français*, cit., pp. 107-8.

<sup>27</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., pp. 10-11.

<sup>28</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., p. 505.

<sup>29</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 316.

dans notre contexte, parce qu'il va atténuer, voire contredire, les adjectifs précédents :

Lorsque deux termes prédisent à propos d'un même objet et sont reliés par « mais », si l'un d'eux est marqué + ou – sur l'axe axiologique, l'autre reçoit automatiquement la marque inverse (en d'autres termes : cet emploi de « mais » présuppose que les termes ainsi reliés sont marqués d'un trait axiologique opposé)<sup>30</sup>.

Ce type de discours exploite clairement l'opposition et se relie au topos du contraste déjà mentionné. De ce fait, l'énonciateur peut donner un caractère d'authenticité à ce qu'il décrit. Le jeu de contraste participe à la construction d'un discours véridique et contribue en outre au « balancement axiologique dont le connecteur, *mais*, constitue l'opérateur privilégié »<sup>31</sup>.

Parmi les différentes fonctions attribuées au discours touristique par Graham Dann, la fonction euphorique<sup>32</sup> est celle qui se manifeste clairement dans les extraits choisis. Les termes valorisants (*élégante, attachante, surprenante, singulière, formidables, pittoresques*) et les superlatifs (*très fermé, les plus hauts, la plus vieille, l'une des plus belles*) ont une véritable fonction persuasive. Le lecteur doit se convaincre que la destination choisie est parfaite et correspond à une visite à ne pas manquer. Lorenzo Devilla cite par ailleurs la « loi de positivité »<sup>33</sup>, notamment dans son discours autour de l'image de la Sardaigne, dans les guides touristiques français et italiens :

Sur le plan discursif, le guide touristique passe avec son lecteur, futur voyageur, un contrat de communication fondé sur la « loi de positivité ». D'un point de vue rhétorique, le guide relève en effet du discours épideictique, dans la mesure où il emprunte les voies d'un discours laudatif<sup>34</sup>.

<sup>30</sup> Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation*, cit., p. 104.

<sup>31</sup> Kerbrat-Orecchioni, *Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'« île d'Aphrodite »*, cit., p. 140.

<sup>32</sup> Cf. G.M.S. Dann, *The language of tourism. A sociolinguistic perspective*, Cab International, Wallingford 1996. P 65.

<sup>33</sup> Cf. B. Mortara-Garavelli citée par J.-P. Dufet, *Les problèmes interculturels de la traduction des guides touristiques (français-italien)*, in Actes du colloque *Les enjeux de la communication interculturelle*, MSH, Montpellier 2009. <http://www.msh-m.fr/editions/editions-en-ligne/actes-en-ligne/les-enjeux-de-la-communication/Problemes-interculturels-de-la>.

<sup>34</sup> L. Devilla, *L'image de la Sardaigne dans les guides touristiques français et italiens*, in « L'analisi linguistica e letteraria » 1, 2013, p. 61.

La persuasion se concrétise alors aussi grâce au discours épидictique défini par Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca de la manière suivante :

L'argumentation du discours épидictique se propose d'accroître l'intensité de l'adhésion à certaines valeurs [...]. L'orateur cherche à créer une communion autour de certaines valeurs reconnues par l'auditoire, en se servant de l'ensemble des moyens dont dispose la rhétorique pour amplifier et valoriser<sup>35</sup>.

Les valeurs positives reconnues en première instance par l'auditoire sont liées, dans notre corpus, à la beauté du paysage sicilien, à sa richesse culturelle et notamment aux différents sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco, et enfin à la gastronomie :

La Sicile... Admirez les temples grecs d'Agrigente, arpentez le marché de la Vucciria à Palerme, découvrez l'âge d'or du baroque à Noto, randonnez sur les pentes de l'Etna, faites une escapade sur les îles Éoliennes, savourez une *granita* à Taormine, goûtez au *cuscus* de poisson à Trapani... À vous de choisir!<sup>36</sup>

Un triangle flottant sur la mer et des merveilles de l'art et de la nature qui séduisent depuis plus de 2500 ans<sup>37</sup>.

La plus grande île de la Méditerranée offre une richesse culturelle et historique incroyable. Admirez d'anciennes mosaïques byzantines et dégustez quelques *cannoli*. Partez à la découverte des réserves naturelles et sentez tout petit face à l'Etna et au Stromboli!<sup>38</sup>

### *Les éléments dysphoriques ou dévalorisants*

Les éléments valorisants constituent, nous l'avons vu, le noyau dur du discours touristique. Toutefois, selon les observations faites par Margarito, parallèlement aux nombreux éléments relatifs à la beauté et au charme de la Sicile, certaines données négatives font aussi partie du discours des guides touristiques. Il s'agit d'éléments dysphoriques, qui véhiculent une image diamétralement opposée à la réalité édulcorée qui domine ce genre de textes :

<sup>35</sup> C. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *Traité de l'argumentation*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 2008, p. 67.

<sup>36</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., quatrième de couverture.

<sup>37</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., quatrième de couverture.

<sup>38</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, Hachette, cit., quatrième de couverture.

Les dysphories siciliennes connaissent un catalogue très affiché. On y repère de grandes dysphories historico-sociales comme la sécheresse (qui n'est point uniquement climatique), l'héritage des latifundia, la Mafia, et les dysphories du vécu quotidien : les *scippi* (vols à la tire), et « enquiquinements » semblables, les horaires fantaisistes des musées et monuments, l'anarchie face au Code de la route, les toilettes publiques presque inexistantes, l'artisanat en voie de disparition, sinon disparu (notamment pour les *Pupi*), les avatars de la sécurité<sup>39</sup>.

Nous proposons quelques exemples à ce sujet, dans le domaine de notre analyse :

Ce n'est pas parce que les horaires sont affichés sur les devantures qu'il faut les prendre pour argent comptant. Jour férié, indisposition, congés... Les raisons de trouver porte close sont innombrables. [...] Les femmes font parfois l'objet d'un intérêt particulier de la part des jeunes Siciliens<sup>40</sup>.

Les Siciliens [...] se montrent au demeurant un tantinet farouches, ce qui, probablement, répond à l'histoire d'une île maintes fois occupée [...]. Sauf exception, les conducteurs ignorent l'existence des piétons<sup>41</sup>.

Attention : nous donnons les horaires relevés lors de notre dernier passage, mais soulignons qu'ils sont soumis à de fréquentes et mystérieuses variations qui peuvent mettre les nerfs du visiteur à rude épreuve. Aucun site internet, aucune brochure, aucune carte, n'est fiable à 100%<sup>42</sup>.

Il est intéressant ici de remarquer le contenu implicite transmis par ces énoncés. En suivant le schéma de Kerbrat-Orecchioni, les contenus implicites se distinguent en deux branches : les présupposés et les sous-entendus. Ce qui nous intéresse est surtout la définition donnée des présupposés :

Nous considérons comme présupposées toutes les informations qui, sans être ouvertement posées (i.e. sans constituer en principe le véritable objet du message à transmettre), sont cependant automatiquement entraînées par la formulation de l'énoncé, dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites, quelle que soit la spécificité du cadre énonciatif<sup>43</sup>.

<sup>39</sup> Margarito, *Éléments dysphoriques dans les guides touristiques : La Sicile des guides français*, cit., p. 109.

<sup>40</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., pp. 45, 49.

<sup>41</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., pp. 444, 544.

<sup>42</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, Hachette, cit., p. 93.

<sup>43</sup> C. Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite*, Armand Colin, Paris 1986, p. 25.

Nous ne nous intéresserons pas ici aux sous-entendus, parce que les circonstances de l'énonciation relatives à nos citations sont bien connues, et d'autant plus que nous remarquons une insistance sur certains éléments dysphoriques. Les extraits cités sont présentés au lecteur comme des avis, des mises en garde. Les énoncés sont toutefois atténués à travers l'usage d'adverbes comme *souvent*, *parfois*, *un tantinet*, *probablement* ou l'usage d'auxiliaires modaux comme *pouvoir*.

Nous estimons que ces éléments dysphoriques ne se limitent pas aux dysfonctionnements qui touchent plus ou moins chaque pays de manière générale et parfois fortuite, mais que l'énonciateur présuppose presque comme conventionnelle l'attitude sans règle des Siciliens et invite donc le voyageur à s'adapter aux « us et coutumes ». Edoardo Lombardi Vallauri souligne que l'une des fonctions des présuppositions est d'« empêcher le destinataire de s'apercevoir qu'une partie du contenu du message est discutable, afin qu'il ne soit pas conduit à l'examiner de façon critique et à le rejeter »<sup>44</sup>. Le lecteur assimile presque sans s'en apercevoir ces avertissements, pour les appliquer, le cas échéant, à chaque épisode négatif.

Parmi tous les éléments dysphoriques, celui qui attire le plus l'attention dans notre corpus est sans aucun doute la « grande dysphorie »<sup>45</sup> liée au phénomène criminel de la Mafia. Les guides consacrent des pages riches en détails sur l'histoire de la Mafia. Dans *Géoguide*, l'histoire de l'organisation criminelle est accompagnée de références littéraires et cinématographiques, comme celles relatives à Charles-Roux et à son premier roman *Oublier Palerme*<sup>46</sup> et au film éponyme de Francesco Rosi<sup>47</sup>. Dans le *Guide Vert*, on remarque non seulement deux pages titrées *Prégnance de la Mafia*, mais aussi un encadré qui porte le titre de *Mythologies de la Mafia* et un autre évoquant *La Mafia sur pelli-*

<sup>44</sup> E. Lombardi Vallauri, *L'implicite comme moyen de persuasion: une approche quantitative*, « Corela », HS-25, 2018, p. 8. Le chercheur explique que: « Les présuppositions ont donc trois fonctions, lesquelles découlent de la fonction générale de conduire le destinataire à moins se focaliser sur une partie de l'énoncé, et qui se distinguent selon le statut informatif de leur contenu dans la mémoire des participants ».

<sup>45</sup> Margarito, *Éléments dysphoriques dans les guides touristiques: La Sicile des guides français*, cit., pp. 110-111. Margarito classe la Mafia comme faisant partie des grandes dysphories. Une organisation criminelle qui « est intrinsèquement liée à la section Politique, à la section Economie en tant que spécificité économique de l'île, et au tourisme ».

<sup>46</sup> E. Charles-Roux, *Oublier Palerme*, Éditions Grasset, Paris 1966.

<sup>47</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 23.

cule<sup>48</sup>. Enfin, dans *Le Routard*, il y a presque quatre pages d'approfondissement thématique sur le sujet<sup>49</sup>. De surcroît, le discours sur la Mafia apparaît, comme un refrain, à plusieurs reprises, presque dans toutes les parties des guides étudiés ; c'est surtout la manière de traiter ce sujet qui attire notre attention. Si, d'après Margarito, « les guides touristiques s'avèrent être des textes à haute densité stéréotypique<sup>50</sup>, le discours sur la mafia en est l'emblème :

Si la réputation de repaire de criminels lui colle à la peau, Palerme est aussi la ville chérie entre toutes des aristocrates, des écrivains et des cinéastes. Ici, la discrétion et le secret font partie intégrante de la culture, et pas seulement pour ce qui touche à la Mafia<sup>51</sup>.

La Mafia s'est inscrite dans la criminalité, au service d'intérêts privés, soudoyant juges, policiers et personnalités politiques, pratiquant le racket (le *pizzo* en italien) tout en endossant le titre d'« honorable société ». Cette société justement, apparentée à une famille (au sens large du terme), se présente avec ses règles, ses codes d'honneur et ses lois ancestrales<sup>52</sup>.

« En Sicile, les femmes sont plus dangereuses que les coups de fusil. » *Le Parrain*, Francis Ford Coppola. [...] Dominique Fernandez l'a bien décrite dans *Le Radeau de la Gorgone* : « La Sicile est non seulement une île géographique, mais un monolithe historique et culturel [...] une nation à part, avec ses agaves, ses mafiosi, ses mœurs et ses lois dont la première est de savoir tenir sa langue »<sup>53</sup>.

Ces trois extraits exploitent abondamment le stéréotype mafieux et, notamment, montrent des caractéristiques significatives de stéréotypie discursive. En premier lieu, nous signalons la présence de « clichés d'appellation »<sup>54</sup>. Comme tout cliché, s'ils sont repris souvent, les cli-

<sup>48</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., pp. 442-43, 506.

<sup>49</sup> Ces quatre pages sont bien structurées avec les intertitres suivants : *Les différentes Mafia*, *Étymologie de la Mafia*, *Les origines*, *Une irrésistible ascension*, *L'État contre la Mafia*, *La « Pieuvre » est un phénix* et *Initiatives citoyennes*.

Cf. AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 491-94.

<sup>50</sup> Margarito, *La bella Italia des guides touristiques : quelques formes de stéréotypes*, in AA.VV., *L'Italie en stéréotype*, cit., p. 35.

<sup>51</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 60.

<sup>52</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., p. 442.

<sup>53</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 11.

<sup>54</sup> Cf. M.G. Margarito, *Fenomeni di stereotipia nelle guide turistiche : clichés d'appellation*, in «Babylonia», 2, Fondazione Lingue e Culture, Comano 1996, pp. 39-43.

chés d'appellation « ont tendance à devenir locution »<sup>55</sup> : « honorable société », « famille », « codes d'honneur », « parrain ». En second lieu, il y a des cas d'emprunts, comme « pizzo », et, enfin, des citations, et donc des références au cinéma ou à la littérature. Les occurrences de ce type sont nombreuses, dans notre corpus. Nous rappelons, à ce propos, la définition de stéréotype élaborée par Ruth Amossy :

En tant que représentation collective accréditée, le stéréotype relève du fonds commun à partir duquel un groupe donné façonne sa vision des choses et des événements. Il offre les schèmes grâce auxquels la communauté peut appréhender le réel de façon uniforme et fonder en vérité ses croyances<sup>56</sup>.

Ruth Amossy attribue une importance primordiale au lecteur, qui est considéré comme un activateur de stéréotype. Le lecteur francophone possède, à notre avis, tous les outils nécessaires, pour activer le stéréotype discursif lié à la Mafia. Les guides, que nous avons analysés, évoquent toute une série de films ou romans qui ont déjà touché l'imaginaire des francophones :

En bref, le lecteur active le stéréotype en rassemblant autour d'un thème (jeune fille, Juif, Gascon) un ensemble de prédicats qui lui sont traditionnellement attribués. Il le fait par un processus : – de sélection : il choisit les termes qui lui paraissent pertinents ; – d'élagage : il renvoie au rang de restes ou de détails ce qui n'entre pas dans le schéma ; – d'assemblage : il réunit des portions de discours dispersés dans l'espace de l'œuvre ; – de déchiffrement : il interprète dans son sens des notations indirectes comme le teint de lys ou le nez en obélisque<sup>57</sup>.

Le stéréotype est donc une construction du lecteur qui passe par différentes phases. Notre propos consiste ici à ouvrir une réflexion sur les renvois continus à la Mafia qui, selon nous, facilitent la mise en place du stéréotype. Observons ces exemples :

Impossible de se promener dans Palerme sans remarquer les légions de chiens errants qui encombrant les trottoirs. Bien nourris, bien traités, on

<sup>55</sup> AA.VV., *Dictionnaire de la linguistique*, sous la direction de Georges Mounin, Presses universitaires de France, Paris 1974, p. 69.

<sup>56</sup> R. Amossy, *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, Paris 1991, p. 48.

<sup>57</sup> R. Amossy, A. Herschberg Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, Nathan, Paris 1997 ; Armand Colin, Paris 2014, p. 73.

comprend à leur air pataud et à leur corpulence qu'ils sont bien tolérés par le voisinage. Moins nombreux, et généralement plus chétifs, pour ne pas dire rachitiques, les chats ne sont manifestement pas logés à la même enseigne. C'est sans doute qu'il leur manque cette qualité qui, au pays de la Mafia, est essentielle à la survie : la fidélité<sup>58</sup>.

Évitez les grosses plaisanteries sur la Mafia. Beaucoup de Siciliens vous en parleront spontanément et vous diront parfois qu'ils en ont été victimes. [...] La Sicile souffre d'une mauvaise réputation, largement exagérée. La présence mafieuse existe bel et bien, mais ne concerne en rien les touristes<sup>59</sup>.

Si la Mafia est toujours bien active, aucune inquiétude : elle ne s'attaque pas aux touristes ! [...] Le comte Cagliostro n'avait rien de noble. Petit escroc, il impressionnait au point qu'Alexandre Dumas et Goethe racontèrent ses aventures. Impliqué dans le vol du collier de Marie-Antoinette, il fit même un séjour à la Bastille. Une ruelle a pris son nom. Palerme aime les coquins!<sup>60</sup>

D'après nos citations, il est facile de comprendre à quel point l'imaginaire du touriste francophone est influencé. Selon Amossy, « le stéréotype n'existe pas en soi ; il ne constitue ni un objet palpable ni une entité concrète : il est une construction de lecture »<sup>61</sup>. Le lecteur est poussé à transfigurer négativement la réalité. Le stéréotype déborde à tel point ses limites que l'on crée un fort préjugé culturel. L'énonciateur utilise, par ailleurs, l'ironie pour véhiculer son discours. L'histoire du comte Cagliostro en est un exemple parmi d'autres :

Et si vous voulez faire partie du « clan des Siciliens », il vous sera impossible de repartir sans avoir goûté aux sorbets et à la granita<sup>62</sup>.

La Mafia, en règle générale, est salement réac donc refuse les gays dans ses rangs. Ainsi que les communistes, les fils illégitimes, les divorcés... et les femmes ! Il est important d'être catholique. D'ailleurs, on ne tue généralement pas lors des fêtes religieuses. Heureusement, on en compte beaucoup!<sup>63</sup>

<sup>58</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 91.

<sup>59</sup> AA.VV., *Sicile - Guide Vert*, cit., pp. 540, 542.

<sup>60</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, Hachette, cit., pp. 52, 96.

<sup>61</sup> Amossy, Herschberg Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, cit., p. 73.

<sup>62</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 32.

<sup>63</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 492.

L'effet ironique est ici mis en relief grâce à des « signaux de type métalinguistiques »<sup>64</sup>. L'usage des guillemets, des points de suspension ou encore des points d'exclamation déclenche l'ironie du texte. Le rédacteur du guide cherche d'ailleurs à réduire la distance entre le lecteur et lui-même, pour instaurer une certaine complicité. De manière implicite, le destinataire finit par accepter tous les conseils suggérés, qui lui permettent de jouer au « Sicilien » :

Devant les portes closes des églises ou des sites, quelques euros aident souvent à débloquer la situation<sup>65</sup>.

N'oubliez pas la petite pièce de 10 cents quand vous avancez votre ticket sur le comptoir pour un espresso: sinon l'attente risque d'être longue!<sup>66</sup>

Il s'agit d'une complicité qui introduit une appréciation de valeur négative, envers la culture étrangère; ainsi que des proverbes tels « Quand vient l'heure de la sieste, seuls les chiens et les Français se promènent. À méditer... »<sup>67</sup>. Proposer au touriste d'intégrer le « clan des Siciliens » ou en faire un petit corrupteur n'a ainsi d'autre effet que d'alimenter le préjugé culturel.

### *En guise de conclusion*

Le discours touristique sur la Sicile que l'on vient d'analyser à partir de notre corpus nous a montré le caractère ambivalent d'une terre riche en histoire et en culture et aux paysages diversifiés qui fascine les touristes. Les guides poursuivent, en accord avec leurs exigences commerciales, leurs visées promotionnelles. C'est pour cela que les éléments euphoriques caractérisent les différentes parties textuelles. Malgré cet aspect prépondérant, le discours touristique sur la Sicile est imprégné d'éléments dysphoriques. Si, d'une certaine manière, cela aide le discours de l'énonciateur à donner plus de véridicité à ses dires, certains aspects dysphoriques sont présentés de manière fallacieuse.

<sup>64</sup> Voir, à ce sujet: «L'effetto ironico è annunciato da una serie di segnali di tipo metalinguistico. Possono essere di natura tipografica – pensiamo all'uso del corsivo o dei punti d'esclamazione» (Marchetti, *Poetica dell'ironia*, cit., p. 65).

<sup>65</sup> AA.VV., *Sicile - Géoguide*, cit., p. 47.

<sup>66</sup> AA.VV., *Sicile - Le Routard*, cit., p. 479.

<sup>67</sup> *Ibidem*.

Par ailleurs, la recherche entamée sur la base de notre corpus est significative, à notre avis, pour comprendre à quel point un stéréotype peut influencer les comportements d'un touriste.

Enfin, l'image de la Sicile qui se dégage, à travers l'analyse du discours des guides français, est fortement ambiguë. Les rédacteurs des guides touristiques se proposent d'établir une sorte de connivence, aux dépens du pays étranger. Cette attitude a été par ailleurs remarquée par Sandrine Reboul-Touré, qui se penche sur la question des guides concernant l'Italie. Elle observe, à juste titre : « la connivence pourrait porter sur d'autres thèmes car la schématisation culturelle peut véhiculer des préjugés<sup>68</sup>.

Le risque est alors l'enfermement dans un ethnocentrisme, qui pourrait empêcher la découverte d'un pays « autre ». Les *Guides Gallimard*, le *Guide Le Routard* et le *Guide Vert Michelin* pourraient ainsi véhiculer un filtre négatif, qui risque de s'appliquer à tous les aspects de la réalité sicilienne.

### Abstract

Les guides touristiques sont considérés comme des textes qui donnent au lecteur une image précise de la destination promue. Ce sont en effet de véritables « invitations au voyage » selon la définition de Kerbrat-Orecchioni. Il s'agit d'un genre textuel hybride qui s'apparente aux discours promotionnels.

Notre propos sera d'analyser tout d'abord le discours touristique autour de la Sicile en creusant les données euphoriques et les aspects dysphoriques mis en avant par les guides du corpus. Nous illuminerons ensuite quelques phénomènes de stéréotypie discursive.

Finalement, notre objectif sera de bien comprendre, dans une perspective synchronique, l'image de la Sicile qui se dégage des guides contemporains français.

Le guide turistico sono considerate come dei testi che forniscono al lettore un'immagine precisa della destinazione promossa. Sono infatti dei veri e propri « inviti al viaggio » secondo la definizione di Kerbrat-Orecchioni. Si tratta di un genere testuale ibrido affine ai discorsi promozionali.

<sup>68</sup> S. Reboul-Touré, « C'est très italien » : quelques marques linguistiques pour déjouer les stéréotypes, in AA.VV., *L'Italie en stéréotypes - Analyse de textes touristiques*, sous la direction de M. Margarito, L'Harmattan, Paris 2000, p. 169.

Il nostro intento sarà di analizzare innanzitutto il discorso turistico riguardo la Sicilia approfondendo gli aspetti euforici e gli aspetti disforici presenti nelle guide del nostro corpus. Faremo luce in seguito su alcuni fenomeni di stereotipia discorsiva.

In definitiva, il nostro obiettivo sarà di capire bene, in una prospettiva sincronica, l'immagine della Sicilia che viene fuori dalle guide contemporanee francesi.

RUB3ETTINO

RUBBETTINO



Questo volume è stato stampato da Rubbettino print su carta ecologica certificata FSC® che garantisce la produzione secondo precisi criteri sociali di ecosostenibilità, nel totale rispetto del patrimonio boschivo. FSC® (Forest Stewardship Council) promuove e certifica i sistemi di gestione forestali responsabili considerando gli aspetti ecologici, sociali ed economici

STAMPATO IN ITALIA  
nel mese di giugno 2020  
da Rubbettino print  
per conto di Rubbettino Editore Srl  
88049 Soveria Mannelli (Catanzaro)  
[www.rubbettinoprint.it](http://www.rubbettinoprint.it)

RUBETTINO

€ 15,00

ISBN 978-88-498-6404-5



9 788849 864045