

**Résumé du colloque « Le Guide Touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du Patrimoine », Pise-Florence, 11-12 juin 2015.**

*par Liliana Arrabito et Monica Shenouda, LBC, Université de Florence.*

L'unité de recherche *Lessico dei Beni Culturali*, dans une perspective interdisciplinaire et multilingue qui souhaitait mettre en évidence la synergie entre texte, langue et image, a invité, les 11 et 12 juin derniers, des spécialistes de linguistique, de littérature, d'histoire, d'architecture, de photographie, et de multimédia provenant de toute l'Europe et des Etats Unis, pour réfléchir sur le thème :

« Le Guide Touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du Patrimoine »

Les principales pistes de réflexion ouvertes à l'occasion du colloque étaient:

- Le lexique du patrimoine dans les guides touristiques d'un point de vue synchronique et diachronique;
- La traduction touristiques et l'édition de guides;
- Les images du patrimoine culturel dans les guides ;
- L'imaginaire touristique du patrimoine;
- Le guide et les autres genres descriptifs : cahiers de voyage, photographies de voyageurs, etc...

Avec quels mots et quelles images décrit-on le patrimoine? Comment choisit-on de présenter le patrimoine? Selon quels critères les éléments patrimoniaux sont-ils sélectionnés ou exclus? Quel est le rôle des auteurs dans le choix des sujets à décrire et à représenter, par le biais d'un lexique ou répertoire figuratif déterminés?

Comment les répertoires lexicaux et figuratifs se stabilisent-ils jusqu'à devenir des stéréotypes? Comment les appareils textuels et figuratifs s'impliquent-ils mutuellement?

Le colloque s'est proposé de considérer le guide touristique comme lieu de formation et de transformation de l'expérience du voyage, réel ou virtuel, et en tant que tel de montrer

comment il participe à la création de l'imaginaire touristique des lieux et des objets culturels.

Son but était également de considérer le guide dans son rapport avec le lecteur : le guide l'oriente à l'intérieur d'un espace culturel, dans les directions les plus représentatives de lieux donnés, d'une époque donnée. Son effet ne s'arrête pas avant et après le voyage, c'est un espace textuel qui structure le souvenir en reliant espace géographique et subjectivité.

La première session s'est concentrée sur les aspects linguistiques des guides dans un but commun à plusieurs langues de développer des instruments pour de meilleures traductions.

**Christina Dechamps**, dans le cadre de ses recherches pour *Lessico dei Beni Culturali*, a décrit son projet d'analyse en français, en italien et en portugais d'un corpus de textes touristiques sur Internet (corpus comparable). L'étude examine des collocations de verbes et de noms utilisés fréquemment dans le langage touristique particulier à ces langues. En effet, dans le cadre de la traduction, les collocations représentent une gageure pour celui qui souhaite proposer une correspondance la plus précise possible, et démontrer ainsi une maîtrise parfaite de la langue cible. L'analyse de termes comme *photographier, faire une / la photo, prendre une photographie*, lui ont permis de montrer la gamme de combinaisons existantes et la complexité dans l'interprétation d'une collocation apparemment simple.

**Marisa Da Silva Valente** a examiné l'utilisation d'italianismes dans les guides touristiques en portugais sur Florence, en particulier pour ce qui concerne les noms propres, essayant de comprendre la logique à cette utilisation et d'en proposer une typologie. Dans certains cas, elle a pu remarquer l'utilisation de traduction des noms propres et des génériques qui s'y réfèrent - *catedral, Miguel Ângelo* - tandis que dans d'autres, les mots italiens qui restent inchangés dominant - *Santa Croce* ou la Place *Della Signoria*. De fait, aucune règle ne semble présider ces choix de traduction ou non-traduction dans les guides consultés, le même référent se trouvant parfois nommé de deux

façons différentes dans un même ouvrage. Cette non-systématicité porte préjudice à la qualité des guides, d'autant que les racines latines communes aux deux langues présentent parfois des faux amis. C'est le cas, par exemple, du terme « palazzo » qui a des connotations différentes en portugais et en italien. Marisa Da Silva Valente préconise une présentation plus systématique de ces termes pour une plus grande clarté des textes et une meilleure compréhension de la part des lecteurs.

**Eglantina Gishti et Fjoralba Dado** ont présenté les difficultés de traduction des toponymes albanais et des noms propres plus en général dans des guides en langue française sur l'Albanie. L'albanais et le français étant des langues de racines linguistiques complètement différentes, le passage de l'une à l'autre crée des problèmes particulièrement complexes. La prononciation et le sens des noms propres albanais sont souvent incompréhensibles ou inimitables pour des locuteurs français. Les conférencières ont promu l'utilisation de noms propres dans la transcription originale avec une traduction correspondante entre parenthèses (par ex. *Bulevardi Dëshmorët e Kombit* - l'Avenue des Martyrs de la Nation) de manière à respecter le désir national de préservation de la langue albanaise tout en promouvant une clarté toujours plus grande pour le visiteur.

**Valentina Crestani** a comparé les approches italiennes et allemandes de différentes ressources culturelles et de sites italiens spécialisés dans le marketing touristique et les guides touristiques disponibles sur Internet. Dans une analyse sémiotique, elle met en évidence les différences existant entre les visions italiennes et allemandes autour d'un même objet : pour le public italien le matériel met en évidence la valeur culturelle et historique de sites, en communiquant des informations suffisantes pour fonctionner comme un outil de voyage virtuel. Le matériel dans les guides allemands en revanche se concentre sur la beauté naturelle, la relaxation et l'amusement, agissant plus comme un outil persuasif pour attirer des visiteurs vers ces sites.

**Elisa Ravazzolo** a observé la co-crédation de références culturelles partagées dans l'action des visites guidées. Son projet, pour lequel elle a enregistré et transcrit des visites guidées, retrace les façons dont le guide sollicite une réponse ou une association comme

un proverbe ou une légende de la part du groupe. Ces références culturelles partagées atténuent parfois le sens d'éloignement du site, au lieu d'améliorer la compréhension et l'appréciation de la part des visiteurs.

**Damien Petermann** a fait une analyse systématique des guides de Lyon au XX<sup>e</sup> siècle, suivant les changements de la description de la ville. Tout au long du siècle, l'image de ce qui doit faire partie du patrimoine culturel d'un pays n'a cessé d'évoluer. L'espace consacré aux musées et aux collections a diminué, au profit de plus de descriptions, l'accent étant mis sur des lieux comme places, fontaines, postes d'observation panoramiques mais aussi des lieux particulièrement caractéristiques de Lyon, par exemple les *traboules*.

**Laura Balbiani** s'est concentrée sur un journal de voyage écrit en 1643 par un comte Palatin allemand, analysant la fusion d'informations objectives et subjectives qui ont caractérisé les guides touristiques prémodernes. En décrivant son voyage en Italie lors de son Grand Tour, le comte fournit tant des informations pratiques utiles sur les routes, le territoire, sur des lieux de séjour, que des impressions plus personnelles sur la politique, la culture et les sites qu'il visitait. Utilisé initialement pour communiquer avec sa famille en Allemagne, son journal de voyage est devenu par la suite un outil pratique pour ses amis et parents lors de leurs voyages en Italie.

La deuxième session examine des exemples particuliers de guides et de voyageurs, posant la question de l'évolution des nouveaux modes de voyage, et de sa perception.

**Michael Harrigan** a examiné l'interaction entre le genre et la représentation dans les comptes rendus de voyage de trois riches visiteurs français en Irlande au dix-septième siècle. La recherche «de belles choses» a été rendue difficile du fait de conflits religieux et politiques. Les premiers guides modernes suivent une stratégie proto-anthropologique comme d'autres textes qui leur sont contemporains, dans le but de distraire le lecteur. Ils mettent en outre en évidence la curiosité comme une valeur positive de la recherche pour évaluer des différences culturelles.

**Marie Bernard Bat** a présenté *La 628-E8*, un récit de voyage d'Octave Mirbeau publié en 1907, une sorte d' « anti-Baedeker » et de ses valeurs bourgeoises dont le titre correspond à la plaque d'immatriculation de l'auteur. Le texte promeut l'automobile comme moyen de voyage. Plutôt que de représenter les lieux touristiques typiques que l'on pouvait trouver dans d'autres guides de la même période, c'est-à-dire des églises, des musées et des bâtiments gouvernementaux, *La 628-E8* renouvelle le récit de voyage, soulignant la liberté et la vitesse permises par l'automobile, et ce faisant celle des sites que l'on ne peut redécouvrir grâce à elle.

**Laura Mier Valerón et José María Rodríguez-Vigil Reguera** ont présenté la façon dont la Principauté d'Asturies a été promue dans les guides et dans d'autres types de littérature de voyage des années 1880 aux années 1990. Contrairement à l'image populaire de sable et le soleil que beaucoup de visiteurs ont de l'Espagne, celle des Asturies apparaît comme une Suisse espagnole ou une sorte de retraite « alternative ». La naissance de l'automobile et la concurrence qu'elle représente pour les chemins de fer comme moyen principal de voyage a également influencé la qualité et le choix des sites que la littérature propose : des panoramas plus pittoresques accessibles en voiture.

**Giovanni Pestelli** a retracé la transformation graduelle de Vallombrosa d'un site consacré au XI<sup>e</sup> siècle à un site destiné à la récréation aux XIX et XX<sup>e</sup> siècles. Fondé pour la communauté monastique de Vallombrosa pour son paysage éloigné et suggestif, l'abbaye est devenue un site de pèlerinage, mais aussi de voyage laïc, et une retraite littéraire entre les XV et XVIII<sup>e</sup> siècles. La construction d'une nouvelle route et du chemin de fer a remplacé l'accès difficile par animal, et à pieds. Vallambrosa est devenue l'une des stations de montagne les plus populaires pour la fraîcheur de son climat..

**Natalia Zhukova** a examiné les guides de Florence en langue russe, nombreux en raison de l'afflux d'intérêt récent des touristes russes pour cette ville. En plus des guides traduits, le besoin d'un guide adapté au nouveau type de voyageurs se fait sentir. Le public russe désire en effet beaucoup d'images, un objet à porter sur soi - un livre électronique, par

exemple. Il a des curiosités et des intérêts particuliers, comme la raison pour laquelle le dôme n'est pas fait d'or ou quelle a été l'influence de la famille Demidoff dans la ville, il apprécie aussi l'utilisation de superlatifs dans la description des monuments et des lieux comme « le corps d'homme le plus parfait » de David à l'Académie.

**Jessica Blanc** a présenté son livre de cuisine récemment publié, le guide gastronomique de la cuisine brésilienne « Brazil », développement de six voyages personnels en un projet de rédaction. Elle a conçu ce livre comme la fusion d'une expérience de voyage et d'une cuisine, comme une plate-forme pour présenter la variété régionale brésilienne. Dans le livre, des Chefs présentent les recettes en mettant en évidence le contexte géographique et culturel de chaque région. Bien que n'étant pas explicite, la dimension autobiographique du livre a dirigé certains éléments comme le choix d'images. *Brazil* se distingue des autres livres sur la cuisine brésilienne en français par l'accent qu'il met sur l'aspect régional et la photographie.

Dans les sessions du deuxième jour, une série d'outils permettant de se documenter au sujet de lieux d'intérêt touristique ont été présentés, en particulier à travers les images, en raison des possibilités offertes par la publication de masse à partir de la seconde moitié du dix-huitième siècle.

**Luigi Tomassini** a décrit la formation de catalogues photographiques produits par des entreprises privées telles que Alinari, Brogi et Anderson à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, qui ont illustré le riche patrimoine de la Toscane. Tandis qu'en France la documentation sur le patrimoine national était commissionnée par l'État, ce sont des sociétés privées qui ont répondu en Italie à la demande commerciale d'images des sites, qui furent par la suite vendues dans le monde entier. Ces archives représentent des dépôts d'images d'une grande richesse qui ont permis à l'art photographique naissant de progresser et une plus grande diffusion de la culture imprimée illustrée.

**Monica Maffioli** a expliqué comment la photographie au XIX<sup>e</sup> siècle est devenue un outil essentiel pour raconter la Sicile, une destination considérée comme fascinante et

mythique pendant des siècles, quoique difficile d'accès. Les photographies ont compensé le vide laissé par les descriptions littéraires et les gravures, insuffisantes à rendre la beauté du paysage métaphysique, ainsi que les contrastes prononcés et les émotions provoquées par la Sicile. En plus de représenter des monuments, des paysages et des traces de l'héritage classique, l'enquête photographique en a décrit le folklore et la vie quotidienne, notamment les dures conditions de vie.

**Silvia Paoli** a présenté le rôle des publications du Touring Club Italiano destiné à un tourisme d'une nouvelle classe sociale - la classe moyenne des Italiens visitant leur propre pays. Fondé en 1894, le TCI a produit plusieurs types de matériel touristique (*L'Italia in 300 immagine*, *Attraverso l'Italia* et différentes cartographies) qui placent les images sur un pied d'égalité avec le texte - voire à un niveau plus élevé que celui-ci. Les campagnes publicitaires avaient alors un caractère documentaire, commençant souvent par des régions moins connues, pour ensuite exposer et classer le vaste et riche patrimoine à son public.

**Marie-France Merger** a analysé plusieurs éditions des guides français *Le Guide Bleu* pour la Toscane, et en a tracé l'évolution tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. *Le Guide Bleu* pour la Toscane, et particulièrement pour ce qui regarde Florence, incarne l'identité italienne et l'union parfaite entre la nature et l'art. En effet *charme*, *charmant* et *pittoresque* sont des mots récurrents qui décrivent les sites, l'art, le paysage aussi bien que le climat ou l'accent des Florentins. Les guides sont destinés à un lectorat cultivé qui comprend ses nombreuses références artistiques, littéraires et historiques sans explications supplémentaires.

**Lorenzo Devilla** a comparé différents guides français contemporains sur la Sardaigne, qui mettent en évidence tant la position de l'île à la croisée des cultures méditerranéennes, que son caractère éternel, hors des chemins battus, qui a su préserver ses traditions. Les guides culturels et pratiques servent de « marqueurs » pour séduire le visiteur et construire une image de l'endroit. Les guides français mettent tous en lumière les facettes

« uniques » et « rares » de la Sardaigne : de sa langue jusqu'à sa cuisine et sa tradition musicale – la plus vieille de la Méditerranée.

**Gabriella Ballesio** a expliqué le développement des guides de la Vallée Vaudoise de la communauté religieuse vaudoise du Piémont. Les premiers exemples de guides incluant des récits de voyage qui étaient souvent le fait de visiteurs britanniques et écossais, membres du clergé et de la bourgeoisie intéressés par le renouvellement spirituel du mouvement Vaudois. Des guides produits plus tard, à la fin du XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup>, se sont adressés tant à un public qui faisait partie de la communauté qu'aux touristes provenant de l'extérieur.

**Paola Novara** a montré l'évolution des guides sur Ravenne aux XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, qui a profité de sa renommée comme lieux de production de gravures faites à partir de photographies. L'intérêt dans la production des guides de la ville s'est développé en même temps que la possibilité d'inclure dans les revues des illustrations et des images photographiques. Au fil du temps, l'attention s'est déplacé des monogrammes et inscriptions vers une documentation visuelle sur l'héritage particulier de Ravenne.

L'après-midi du deuxième jour, les conférenciers ont abordé le thème de l'art et de l'architecture dans les guides touristiques.

**Karolina Jara** a présenté le projet en cours de faire un guide sur Wrocław en Pologne « *Before/After* », qui examine 170 constructions pour créer un plus grand récit de l'histoire de la ville et de l'architecture au XX<sup>e</sup> siècle plutôt que d'en extraire seulement un fragment particulier. Alors qu'elle faisait partie de l'Allemagne et de la République de Weimar au début du XX<sup>e</sup> siècle, Wrocław fut un site d'expérimentation architecturale. Passant aux mains des Nazis et s'intégrant à la Pologne, cette expérimentation fait place à des entreprises de logements sociaux et à d'autres projets publics typiques des Pays de l'Est. Avec la chute du Mur de Berlin et du socialisme, de nouveaux types de constructions et de styles ont vu le jour dans le paysage urbain. Le premier un exemple - le plus important sûrement - étant le grand magasin de style postmoderne SolPol.



**Marija Dremaitė et Ula Ambrasaite** ont montré comment les Guides Architecturaux de Vilnius et de Kaunas sont devenus pour leurs habitants aussi importants, voire plus que des manuels d'histoire sociale et d'héritage civique. Les guides abordent en effet des aspects qui ne sont pas décrits ailleurs, même dans des ouvrages universitaires sur l'histoire de l'architecture : des informations sur les propriétaires historiques des immeubles, les utilisateurs et les utilisations du passé, qui permettent aussi de garder trace de la valeur de constructions qui ont été détruites. Les conférencières présentent le contenu, la forme et le public qui ont influencé chaque publication.

**Philipp Meuser** a expliqué la stratégie de sa maison d'édition, DOM, pour produire des guides architecturaux pour des villes du monde entier, 40 jusqu'à présent, certains pour des lieux qui n'ont jamais eu de guide (Astana par exemple) d'autres (par exemple. Vienne, Cologne) exigeaient une nouvelle approche pour se distinguer. La philosophie de l'éditeur voit la description de l'environnement architectural comme la clé de tout guide, le guide architectural offrant une méthode plus détaillée et systématique, avec une critique architecturale implicite qui forme l'une des bases d'une société civile.

**Ulrike Müller** a expliqué l'utilité de guides de voyage historiques pour comprendre le rôle des collections d'art privées en Belgique avant et après 1870. Sa recherche est centrée sur le grand nombre et l'accessibilité des collections privées, en particulier à Gent et Anvers, aussi bien que sur les goûts spécifiques dans chaque ville. Après que Bruxelles soit devenue la capitale du nouveau gouvernement à peine formé, les musées nationaux ont progressivement fait ombre aux collections des œuvres à un micro-niveau.

**Dorit Kluge** se concentre sur les origines de la critique d'art dans les guides touristiques du XVIII<sup>e</sup> siècle qui ont confondu les lignes entre le récit subjectif et les descriptions du paysage urbain. Par exemple, La Font de Saint-Yenne dans sa *Description de Paris et de ses environs*, pensait que l'architecture devrait être la vitrine d'une nation et c'est comme telle qu'il la décrit. Le guide de voyage est ainsi un mélange particulier de genres différents - critique littéraire et scientifique ou critique d'art.

La session finale du colloque a abordé le sujet des guides comme véhicules de propagande qui façonnent et dessinent l'imaginaire collectif.

**Hannah Wirta Kinney** a décrit la relation croisée existant entre textes et reproductions de sculpture dans la création et la promotion d'un canon artistique. Les textes créent un savoir et des attentes portant à la reproduction de sculptures anciennes et modernes à partir des originaux, en créant en quelque sorte un document matériel. Le but des copies est de capturer l'essence de l'original glorifié dans la critique d'art, plus que d'essayer de réaliser une copie exacte de l'original, ces reproductions offrant aux consommateurs une relation plus directe à l'oeuvre d'art originale.

**Adolfo Mignemi** a présenté des guides conçus pour des troupes militaires occupant des territoires étrangers dès le début de la Première Guerre Mondiale et très répandus pendant les années 1930 et 1940. Par exemple, l'armée italienne a proposé des guides pour la Libye, la Croatie et la Tunisie, orientant les troupes sur le territoire et vers les monuments importants et les objets d'art présent dans ces pays. Le *Soldier's Guide to Italy* a conditionné les attitudes de beaucoup de soldats américains et britanniques et leur comportement dans le pays, faisant d'eux des consommateurs du célèbre héritage de l'Italie.

**David Boffa** a révélé la réception inégale du David de Michelangelo dans les premiers guides modernes jusqu'à sa canonisation comme l'un des symboles de Florence et de la nouvelle nation d'Italie, de la Renaissance à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. La statue est passée par différentes étapes, considérée tantôt comme ne faisant pas partie des « meilleures œuvres de Michelangelo », ou étant pratiquement oubliée pour parvenir à la place iconique incontestée qu'elle occupe aujourd'hui. On peut voir ce parcours comme un long développement de croyances et de mythes culturellement construits. Dans la formation de la mythologie de David, on peut remarquer des facteurs aussi divers que son installation dans la Galerie de l'Académie et l'ascension du nationalisme italien.

**Galia Yanoshevsky** a présenté *À travers Israël* (1950-1951) une série d'albums photos en hébreu, français et anglais, qui ont servi de guides promotionnels, séduisant les visiteurs à la curiosité, à la nostalgie et au soutien du pays. Pris par beaucoup de photographes, les différentes photographies présentes dans cet ouvrage représentent des aspects différents de la vie israélienne, du religieux au culturel en passant par la représentation du paysage. Le guide mélange passé et présent, des genres différents comme les albums familiaux et les collections photographiques documentaires de l'époque de la dépression, pour susciter chez le lecteur un mélange de réactions et d'associations.

**Rosemary O'Neill** a examiné le projet de la jeune cinéaste d'avant-garde Agnès Varda, pour à la fois représenter et mettre en question le statut de la Côte d'Azur comme une Mecque des loisirs et le nouveau jardin d'Eden dans l'ère de l'après-guerre. La Côte d'Azur a incarné le loisir et l'expérience comme ressources dans la littérature et dans les films français et américains. Le documentaire de Varda et l'album qui l'accompagne fonctionnent comme un exposé et une critique culturelle du tourisme de masse, tissant le genre d'essai photographique de voyage avec une recherche artistique et littéraire considérable.