

Generated tourism terms and their translation into Arabic

Akram Odeh*^{ID}, Sana'a Abu Fara^{ID}

Department of French Language and Literature, School of Foreign Languages, The University of Jordan, Amman, Jordan

Received: 15/4/2023

Revised: 14/5/2023

Accepted: 4/7/2023

Published: 30/5/2024

* Corresponding author:

a.odeh@ju.edu.jo

Citation: El Kharouf, A., Al Dahamesheh, J., & Abul Rous, R. (2024). The Reality of Gender Mainstreaming in Madaba Governorate Municipalities. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 51(2), 13–34.
<https://doi.org/10.35516/hum.v51i2.3188>

Abstract

Objectives: The aim of this study is to assess the state of gender mainstreaming in the four municipalities of the Madaba Governorate (n = 4).

Methods: To achieve the study's objectives, both survey and qualitative approaches were pursued. An interview-based survey method was used to gather quantitative data from a representative sample of the study community, comprising all the employees in the municipalities of the Madaba Governorate. Of these, 38.8% were women and 62.09% were men. Data was collected through a questionnaire. To enhance the study's results, a qualitative approach was also employed, wherein interviews were conducted with 20 individuals in various leadership positions across the Madaba communities.

Results: The results indicated a gender gap in terms of accessibility to leadership positions, with women having less access and being underrepresented in certain committees. Women also did not receive equal opportunities in training courses and conferences outside Jordan. The study also revealed a moderation in attitudes toward general women's participation in development. However, these attitudes varied based on job position and gender awareness. Men tended to have more negative attitudes toward women's participation in development. The results also noted modest women's participation in identifying needs, planning, implementing, monitoring, and evaluating locally implemented programs.

Conclusion: The study concludes that the programs of Madaba's municipalities are somewhat responsive to the needs and roles of women.

Keywords: Jordan, Madaba's municipalities, gender, gender mainstreaming.

La néologie dans le domaine touristique et sa traduction en arabe

Akram Odeh*, Sana'a Abu Fara

Department of French Language and Literature, School of Foreign Languages, the University of Jordan, Amman, Jordan.

Résumé

Objectif: cette contribution a pour objectif d'analyser les problèmes linguistiques et extralinguistiques de compréhension et de réexpression que pose la traduction en arabe d'un petit corpus de néologismes touristiques français. Selon nos recherches, ces derniers ne possèdent pas d'équivalences arabes. Tenter de combler cette lacune nécessite d'une part, une étude approfondie de ces néologismes, et d'autre part, de nombreuses recherches documentaires.

Méthodologie: cette recherche se base sur les enseignements de l'Ecole Interprétative de Paris. Elle souligne les difficultés de saisie des termes sources, les barrages entravant leur transfert en langue cible. Elle traite également la synonymie dans la langue source et cible.

Résultat: cette étude propos une soixantaine de nouveaux équivalents arabes touristiques pour des néologismes d'origine française. Elle réfute et exclut plusieurs néologismes touristiques utilisés en arabe notamment dans la presse. Des synonymes de certaines traductions arabes de termes touristiques modernes sont unifiés, en fonction des critères et des normes des Académies de Langue Arabe.

Conclusion: cette recherche souligne l'importance et la nécessité d'intensifier les recherches en matière de traduction des néologismes étrangers étant donné le rôle joué par l'industrie touristique dans la création d'emplois et les PIB de plusieurs pays arabes.

Mots clés: Néologie, tourisme, français-arabe, formation terminologique, traduction.



© 2024 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Introduction

Le tourisme est un phénomène très ancien qui a étroitement accompagné l'histoire et l'évolution de l'Homme. Les premières formes du tourisme sont le tourisme religieux et le tourisme d'affaire. Le premier amenait les voyageurs à quitter chez eux pour aller accomplir des rituelles religieuses dans des lieux proches ou lointains. Le second poussait certains hommes et femmes à faire des déplacements pour vendre et acheter des produits divers. On pourrait penser à d'autres formes du tourisme ancien comme le tourisme scientifique qui poussait les apprenants d'un lieu d'aller apprendre auprès d'un maître ou d'un professeur.

Le tourisme au sens moderne n'a connu ses beaux jours que lorsque, d'une part, les dangers des déplacements sont devenus rares et d'autre part, quand les moyens de transports sont devenus plus rapides et accessibles. Ainsi, on peut dire que la véritable naissance du tourisme date de l'époque des découvertes des moyens modernes de transports comme les trains à charbons, les bateaux à vapeur et les avions.

Plusieurs étapes majeures ont marqué le développement du tourisme. La dernière en date, la plus importante en termes de fréquence et de nombre de voyageurs et de déplacements, est celle qui remonte à l'entrée sur le marché du tourisme du transport du low-cost et l'usage massif de l'internet. Les trains à prix cassé (TGV OUI GO), les vols à un coût très bas (Ryanair), les croisières à prix soldé (Princesse) ont démocratisé le tourisme.

Ce qui précède a eu son impact sur le discours touristique. Toute évolution dans tous les domaines des connaissances ne peut voir le jour que dans et à travers la langue humaine naturelle qui a pour mission première de dire les entités et les idées concrètes et abstraites du monde extralinguistiques. Ainsi, il y a quelques années, les types de tourisme pouvaient se compter sur les doigts d'une main. De nos jours, on peut en dénombrer plusieurs dizaines. Du « *tourisme d'affaire* », on est passé au « *cannabo-tourisme* », au « *spaciotourisme* », au « *tourisme-charia'* », au « *supertourisme* », au « *tourisme blanc* » etc.

Le corpus

Le corpus sur lequel s'appuie cette contribution est l'étude de Giovanni Tallarico intitulée « *Le vocabulaire du tourisme, un laboratoire expérimental des procédés néologiques* ». Cette recherche a été publiée en 2020 dans la revue *Acta Universitatis Carolinae: Philologica* de l'Université Karlova de Prague. Elle a pour objectif de chercher et d'étudier les termes néologiques touristiques formés récemment en français. Son auteur, Tallarico, s'est basé sur l'exploitation du corpus-web Timestamped JSI web (2014–2019). Cet énorme corpus, conçu en Slovaquie, contient environ 5 milliards de mots issus des textes de la presse et du web francophones. Tallarico y a effectué ses recherches en utilisant deux lexies *tourism* et *tourist*. Ces recherches ont dégagé mille mots contenant les deux formes en questions. Il a soumis ces mille mots à des vérifications manuelles pour en éliminer ceux qui ne peuvent pas être considérés comme néologisme. Il écrit

« *Le nombre de lexies, environ mille à ce stade, a été par la suite réduit manuellement [...]. Après avoir exclu les lexies clairement non néologiques (comme tourisme, touriste, touristique), nous avons également éliminé des formes non pertinentes pour notre champ d'étude, telles que retourisme (hapax lié au domaine politique), [...]. La liste de lexies néologiques issues des bases *tourism*/*tourist* comporte environ 300 lexies (variantes orthographiques comprises)* » (Tallarico, 2020, p. 170).

Problématique de la recherche

Selon nos recherches en ligne et en bibliothèque, la majorité des néologismes de notre corpus, forgés en français n'ont pas été traduits en arabe. Les difficultés de leur transfert en arabe n'ont pas fait l'objet d'études terminologiques, traductionnelles et lexicographiques. Cette contribution cherche à proposer des équivalences arabes pour une centaine de ces néologismes choisis en fonction de leur importance. Elle s'attardera sur les difficultés linguistiques et encyclopédiques de compréhension de ces termes, les obstacles auxquels se heurte la recherche documentaire visant la déverbalisation de ces nouvelles unités terminologiques, les problèmes de leur traduction en arabe, d'autant plus qu'une bonne partie de ces termes n'aurait pas d'équivalent en arabe, néologisme oblige.

Cette recherche part de l'hypothèse que la traduction des néologismes en général et en tourisme en particulier est à la fois difficile et problématique. Certes, beaucoup de termes renvoyant à des concepts nouveaux naissent constamment dans le discours touristique. Les domaines auxquels appartient la terminologie touristique est fortement multidisciplinaire, allant de la viniculture à l'astronomie.

Dewailly résume bien la complexité du domaine touristique, en apparence facilement accessible, quand il écrit qu'il est curieux « *de voir comment un objet souvent considéré comme « simple », que tous peuvent s'approprier (qui d'entre nous n'a jamais fait du « tourisme » ?), est en réalité fort complexe et requiert donc un appel accru à des sciences diverses pour qui veut arriver à l'appréhender en profondeur* » (Dewailly, 2008, p.26)

Quelles seraient les difficultés qui entraveraient le transfert des termes néologiques en question en arabe ? La nature de ces obstacles relèveraient-ils de la compréhension de ces néologismes, de la recherche documentaire que nécessiterait leur saisi ou bien il serait question des problèmes de les réexprimer en arabe ?

Synonymie et néologisme

La première difficulté à laquelle une recherche visant l'étude des caractéristiques du domaine touristique provient du fait qu'il n'y a pas un seul discours du tourisme mais il en existe plusieurs. La justification de l'existence de multiple discours touristiques est due au fait que les domaines auxquels fait appel cette discipline sont nombreuses et de natures différentes. Certes, quand l'on parle de l'« *e-tourisme* », le discours relève, en grande partie, de la technologie de l'information. Lorsqu'il s'agit de l'« *équitourisme* », c'est-à-dire le tourisme à cheval, le discours est centré sur la culture et le sport équestres. Ayant consacré une recherche à l'analyse du discours touristique, Yanoshevsky souligne la multiplicité des acteurs et des domaines du discours touristique. Elle écrit:

« *On parlera des discours du tourisme, au pluriel, et non pas du discours du tourisme: il s'agit en effet d'un domaine à multiples acteurs, les touristes, les voyageurs, les ministères de tourisme et de patrimoine, les industries dérivées du tourisme – qui proviennent de différents horizons: l'économie, la culture, la valorisation du patrimoine, la publicité, la communication, la géographie, qui relèvent donc de régimes discursifs différents* » (Yanoshevsky, 2021, n. p.)

Une importante caractéristique des écrits touristiques est les synonymes qui se côtoient sans se croiser. L'exemple le plus parlant serait de citer les appellations proposées pour nommer le domaine en question. Certains spécialistes modernes parlent de « *touristologie* », d'autres innovateurs optent pour « *tourismologie* », d'autre préfèrent la « *science touristique* ». Les conservateurs réfutent ces néologismes se contentent de le nommer « *tourisme* ». Quand on a voulu forger un verbe, quelques chercheurs ont proposé « *tourister* », d'autres ont opté pour « *touristiquer* ». L'invention d'un substantif n'a pas fait l'unanimité des spécialistes du tourisme: on a le choix entre « *touristisation* » et « *touristification* ».

Un autre cas de synonymie dans la néologie touristique est les termes proposés pour décrire le « *tourisme noir* »: « *ce phénomène a été théorisé dans les années 1990 sous la plume de deux chercheurs américains, Malcom Foley et John Lennon. Ils le définissent comme le fait de voyager sur des lieux associés à la mort, à la souffrance et au macabre* » (Kubiak, 2021, n.p). Il s'agit, en effet, d'un nouveau-ancien tourisme très à la mode et qui attire beaucoup de touristes. Kubiak souligne qu'il existe même un site web qui s'intitule « *dark-tourism.com ayant 900 sites « noirs » à découvrir dans 112 pays différents* ».

Kubiak décrit l'engouement pour ce type de distraction en soulignant qu': « *à l'ère du tourisme de masse – nous sommes passés à 1,4 milliard de voyageurs en 2018 contre 435 000 dans les années 1990 –, la fréquentation de ces lieux « sombres » atteint des records: Pompéi a accueilli 3,6 millions de visiteurs en 2018 ; la même année, ils étaient plus de 2 millions à se rendre à Auschwitz ; et le mémorial du 11 Septembre passait le cap des 33 millions de visiteurs depuis son ouverture en 2004.* » (Kubiak, 2021, n.p.)

Les appellations pour rendre le concept du dark/black tourisme sont nombreuses et trouvent leur source dans le parler américain. Baillargeon cite les synonymes suivants: « *thanatourisme* », « *nécrotourisme* » « *tourisme sombre* », « *tourisme de lieu sombre* », « *tourisme morbide* », « *tourisme de deuil* », « *tourisme apocalyptique* », « *tourisme de génocide* » (Baillargeon, 2016, p. 11). La synonymie n'a pas épargné les touristes amateurs du vin qui ont le choix de désigner leur

activité touristique préférée par: « *enoturisme* » ou « *vititourisme* » ou « *vinitourisme* ». (Baillargeon, 2016, p. 11)

Il est important de souligner que la multiplication de ces synonymes est un phénomène tout à fait normal. Il s'agit des néologismes peu connus et peu répandus. L'usage y tranchera: il finira par la consécration d'un seul néologisme pour dénoter un seul concept. Quant aux autres termes concurrents, ils seront utilisés pour désigner de nouveaux concepts ou bien ils finiront par être éliminés de l'usage. Tout en demeurant un phénomène linguistique naturel et fréquent, la synonymie dans le discours spécialisé n'est jamais le bienvenu. La clarté et l'efficacité terminologiques de la communication entre les spécialistes d'un domaine cherche toujours la monosémie.

Quant au conservatisme linguistique, c'est également un phénomène socioculturel normal. Dans de maintes disciplines, il y a souvent des voix qui s'opposent au changement rapide, peu nécessaire, voir inutile. C'est le cas de Dewailly:

« *Quelques décennies plus tôt, nul n'aurait soupçonné leur émergence et nous ne dirons donc jamais: « jamais de tourismologie ». Mais, pour le moment et encore pour longtemps sans doute, il semble très prématuré de vouloir parler d'une « tourismologie » de plein exercice. Une science ne se décrète pas, elle mûrit et tâtonne sans s'individualiser (ce qui est le cas actuellement des « sciences du tourisme »), émerge ou pas, peut disparaître.* » (Dewailly, 2008, p.21)

Néologisme et tourisme

Néologiser dans le discours de l'industrie du tourisme est monnaie courante. Le dynamisme de cette discipline, l'essor des flux touristiques et le fait qu'elle soit en relation étroite avec des sciences très diverses, rendent inévitable de forger de nouveaux termes ou avoir recours à l'injection de nouvelles doses sémantiques à des mots qui font partie du fond lexical existant. Cette contribution propose de revisiter la définition du néologisme, revoir les différents types de néologisme que le français met à la disposition de ses locuteurs, analyser des unités terminologiques étiquetées néologismes selon la contribution de Tallaricodéjà mentionnée.

Pour qu'un nouveau terme soit étiqueté de néologisme, il ne suffit pas de le forger. Certes, toute innovation cognitive, technologique ou langagière est destinée à la communication entre les locuteurs d'un idiome donné. Ainsi, une nouvelle terminologie est appelée néologisme au moment où elle n'est plus un idiolecte, c'est-à-dire devient connu, admis et utilisé par un bon nombre de locuteur spécialistes et/ou usagers d'une langue. L'entrée d'un néologisme dans un dictionnaire et synonyme de la délivrance d'un acte de naissance officiel au sein de la langue.

Étymologiquement, le terme néologisme vient de « *néo* » qui signifie, nouveau et *logo* qui désigne, parole: mot nouveau et par extension veut dire aussi sens nouveau d'un mot existant déjà dans la langue. Auge dans Le Larousse distingue trois types de néologisme:

« *Un néologisme, au sens large du mot, est une innovation linguistique, pouvant affecter soit le lexique, soit la sémantique, soit la syntaxe d'une langue. Ainsi, le mot polyglottie est un néologisme de vocabulaire ; écriture pris comme synonyme de style, est un néologisme de signification ; la tournure se rappeler d'une chose, au lieu de se rappeler une chose, est un néologisme de syntaxe* » (Auge, 2018, p. 343)

D'autres linguistes comme María Teresa Cabré (Cabré, 1998, n.p) adopte une autre classification comprenant quatre catégories de néologismes:

-Néologismes de forme: Sont ceux formés par des modifications apportées dans ou avec des mots existants dans la même langue. Comme la composition, la préfixation, la suffixation, l'acronyme et l'abréviation:

-Néologismes syntaxiques: Ce sont ceux qui modifient la grammaire du mot, en changeant, par exemple, le genre. Le/La voile.

- Néologismes sémantiques: Sont ceux auxquels un nouveau sens a été ajouté à un mot existant. Par exemple, un virus informatique.

-Prêts: Ce sont des néologismes formés à partir de mots importés d'une autre langue. Par exemple, le mot bunker, sandwich ou smartphone.

Les termes de notre corpus révèlent uniquement des néologismes de forme forgés par la composition, la préfixation et l'emprunt. La formation des néologismes par l'intermédiaire de la composition peut prendre les formes suivantes

1- Nom+nom comme: *photo-tourisme, piéton-tourisme, post-tourisme, pseudo-tourisme*.

2- nom + préposition + nom (ou infinitif): comme *tourisme de niche, tout au tourisme*.

3- nom + adjectif: comme *Tourisme obscur*.

4- adjectif + nom: comme *slow-tourisme*.

5- verbe + nom: comme *attrape-nigaud*.

6- verbe + adverbe: comme *couche-tard*.

Tallarico remarque qu'une bonne partie de son corpus forgée par la composition de forme est construit autour du terme *tourisme* qui se place comme premier élément ou en dernier élément du terme composé:

« Dans ce cas, le premier élément du composé indique le but, le moyen ou l'objet de la pratique touristique (le café, le cannabis, le cidre, le cinéma, la moto, la pêche, etc.) et désigne autant d'hyponymes de *tourisme*: *café-tourisme, cannabo-tourisme, cidro(-)tourisme, ciné(-)tourisme, moto(-)tourisme, pescatourisme, photo(-)tourisme, récréotourisme, sexotourisme, shopping-tourisme, spaciotourisme, sport-tourisme et vélo(-)tourisme*. Dans deux autres cas, le mot *tourisme* est en première position et un autre substantif s'y associe pour indiquer une typologie spécifique de *tourisme*: *tourisme-charia [...]* et *tourisme-santé* » (Tallarico, 2020, p. 169).

Les exemples de néologismes fabriqués par préfixation sont assez importants comme, « *cidrotourisme* », « *astrotourisme* », « *alphatourisme* », « *égotourisme* », « *narcotourisme* », « *œnotourisme* » etc. « Les composés avec *astro-*, *cyclo-*, *narco-*, *nécro-*, *néo-* et *œno-* s'avèrent donc les plus productifs car ils se retrouvent dans les deux catégories, celle liée aux formes de *tourisme* et celle liée aux touristes eux-mêmes ». (Tallarico, 2020, p. 168).

Certains termes de notre liste appartiennent à la néologie par emprunt: emprunt à l'anglais comme: « *shopping-tourisme* », « *over-tourisme* » et « *slow-tourisme* » ; et un seul terme emprunté au latin: « *homo-touristicus* »

Cadre théorique

L'approche théorique pour traduire les termes de notre corpus se base sur la théorie interprétative connue aussi sous le nom de théorie de sens de Danica Seleskovitch et de Marianne Lederer. Le choix de cette approche provient du fait que les deux théoriciennes de cette approche ont le mérite d'avoir « *établi et défendu ardemment cette théorie, est d'avoir démontré à quel point ce processus est, non seulement important, mais également naturel* » (Herbulot, 2004, p. 221). A ce qui précède s'ajoute le fait que cette théorie permet de mener des recherches méthodiques grâce à la distinction de trois étapes de l'opération traductrice, décrit le processus de la recherche documentaire et explique les difficultés pouvant être rencontrées lors de l'acte de traduire. C'est, par conséquent, une approche qui permet l'analyse, la discussion et la réflexion méthodique sur le travail du traducteur.

« *La traduction est un acte de communication, le traducteur intervenant dans la chaîne de communication interlinguistique avec la tâche à double détente de comprendre pour faire comprendre* » (Durieux, 2016, p. 29)

Selon cette théorie, la traduction n'est pas un processus de travail sur la langue, sur ses mots, c'est un travail sur le message véhiculé, c'est une démarche en quête de saisir le vouloir dire de l'auteur. Pour cette théorie, l'opération traductrice passe par trois étapes: la compréhension, la déverbalisation et la réexpression. Comprendre un texte source nécessite: une maîtrise de la langue et la culture source, une bonne connaissance du domaine dont relève le texte à traduire, maîtrise des outils de la recherche documentaire. La déverbalisation est le résultat obtenu de la bonne saisie du texte source, elle se forme quand les mots du texte disparaissent et se font remplacer par « l'empreinte psychique » du sens dans la tête du traducteur. La troisième étape, la réexpression, elle, à son tour, exige, de la part du traducteur, une maîtrise parfaite de la langue et culture cible, du domaine, du contexte et du public ciblé auquel s'adresse le texte traduit. Elle consiste à trouver les bonnes équivalences contextuelles dans la langue cible tout en tenant compte des contextes socioculturelle et du public visés.

Néologie touristique: problèmes de compréhension

Durieux affirme que traduire la néologie constitue un défi pour le traducteur:

« *Dans une optique traductologique, la néologie peut être présente, et donc constituer un obstacle, dans les deux temps*

majeurs de l'opération traduisante: comprendre les réalités désignées dans le texte original (texte de départ) et dénommer ces réalités dans la traduction produite (texte d'arrivée). (Duriex, 2016, p. 30)

Vouloir traduire la néologie touristique, hors son contexte par un non spécialiste pourrait sembler être comme étant une entreprise hasardeuse. Néanmoins, étant des termes techniques, nouvellement forgés, la majorité de ces termes sous études sont monosémiques. Leur sens ne varie pas selon le contexte de leur utilisation.

La lecture active de notre corpus permet de classer ses termes comme suit: d'abord, ceux qui ne posent pas de difficulté de compréhension linguistique ou encyclopédique, leur déverbalisation se fait sans entrave. C'est le cas de ; « *café-tourisme* », « *géotourisme* », « *ethno-tourisme* », « *shopping-tourisme* », « *ciné-tourisme* » etc. Il s'agit d'un tourisme qui spécifie son type et son but.

Ensuite, Il y a dans notre corpus des termes qui ne posent pas de problème de compréhension linguistique parce que les mots ou les éléments linguistiques dont ils sont composés sont saisissables. C'est leur association qui constitue une difficulté de compréhension extralinguistique. C'est le cas, entre autres, des termes suivants: « *slow-tourisme* », « *micro-tourisme* », « *égo-tourisme* », « *électro-tourisme* », « *sous-tourisme* » etc. Par exemple, la lecture du terme « *supertourisme* » qui appartient à cette catégorie, permet le saisi du sens « super » et « tourisme » séparés. Leur association fait surgir un nouveau sens inconnu. C'est seulement la recherche documentaire pouvant clarifier le concept dénoté par le « *supertourisme* ».

Un autre type de termes que la lecture active fait surgir est celui qui contient un élément linguistique inconnu suivi ou précédé d'un autre méconnu. C'est le cas des termes suivants: « *alphatourisme* », « *instatourisme* », « *m-tourisme* », « *mycotourisme* », « *ænotourisme* », « *poketourism* », « *thanatourisme* », « *tourismatique* », « *zapatouristes* » etc. Dans ces exemples, la compréhension se limite au mot tourisme. Elle se fige quand il s'agit des préfixes: *thana*, *alpha*, *insta*, *m*, *myco*, *narco*, *æno*, *poke*, *thana* et *atique*. Le traducteur devant des cas d'incompréhension est amené à faire des hypothèses d'interprétation aboutissant à des résultats d'élimination ou de confirmation pouvant être obtenus grâce à la recherche documentaire. Ainsi, le préfixe, Alpha est-il la première lettre (*A*, *α*) de l'alphabet grec ou s'agit-il d'autre chose ? Insta est-il la première syllabe du mot « instantané » pour désigner un nouveau type de tourisme ou s'agit-il d'autre chose ? Devant les préfixes inconnus comme: *thana*, *myco*, *æno*, *poke* etc, le traducteur sera impuissant et incapable d'y mettre des hypothèses. Son salut réside dans la recherche documentaire.

Dernier type de néologismes qu'enferme notre corpus est celui qui pose des difficultés au niveau linguistique et encyclopédique. Il s'agit des cas où le traducteur ne comprendrait pas le sens langagier des éléments qui composent le terme.

Néologie touristique et recherche documentaire

Ils sont nombreux les traductologues et traducteurs qui ont écrit sur l'importance de la recherche documentaire (Gile, 1994, Djelloul, 2009 ; Lahlou, 2017 ; Plassard, 2010). C'est un procédé qui a pour objectif de consulter toutes sortes de documentations en ligne et en bibliothèque pour résoudre une incompréhension linguistique, (néologisme, sigle, nouvelle terminologie, etc.), ou encyclopédique, c'est-à-dire, l'ignorance de la référence extralinguistique auquel renvoie le ou les mots en question. C'est une démarche à laquelle tous les traducteurs, apprentis, débutants ou confirmés, peuvent faire appel. Néanmoins, il ne s'agit pas d'une démarche systématique qui s'impose à tous. Elle dépend du traducteur et de sa connaissance du domaine du texte source. Plus le domaine est connu de la part du traducteur, moins il a recours à cette recherche et plus sa démarche sera aisée, rapide et fructueuse. Gile, donne la définition suivante pour la recherche documentaire:

« Nous définissons donc ici les outils documentaires du traducteur professionnel comme les sources documentaires extérieures au texte à traduire qu'il utilise pour acquérir les connaissances lui permettant de parvenir au niveau de compréhension requis du texte de départ et de réexprimer de manière adéquate le contenu de ce texte en langue d'arrivée. » (Gile, 1994, p.76)

Concernant notre recherche documentaire visant la saisie de notre corpus, trois cas se sont manifestés. Le premier est celui des termes compris linguistiquement et encyclopédiquement. Il n'a nécessité d'aucune recherche. C'est le cas des

termes comme « géotourisme », « phototourisme », « shoppingtourisme », « aquatourisme » etc.

Le deuxième cas concerne des termes compréhensibles linguistiquement mais qui posent des problèmes encyclopédiques dû à des nouvelles associations des mots connus. C'est le cas, entre autres des termes suivants: « slowtourisme », « micro tourisme », « électrotourisme », « soustourisme » etc. Certes, précéder le terme tourisme par les préfixes: slow, micro, électron, sous, entrave la saisi. La recherche documentaire s'impose. Prenons le terme *supertourisme*. Les premières hypothèses ayant été émise portent sur l'idée d'un grand nombre de types de tourisme ou d'un tourisme de masse ou celui fournissant de nombreux services ou celui de grande qualité. La recherche en ligne de plausibilité de ces hypothèses a montré qu'aucune n'est valable. En effet, Google définit le « *supertourisme* » comme étant un championnat français de course de voitures de tourisme. Sur plusieurs pages de Google, il ne s'agit que de cette compétition de voitures. Il fallait chercher dans des documentations spécialisées dans l'industrie touristique. La recherche a abouti à une définition plausible: il s'agit de tourisme de gens très riches qui, arrivés à destination, des limousines les accompagnent, logent, mangent dans de grandes palaces et font du shopping dans les boutiques de grand luxe.

La recherche du concept que désigne le « *soustourisme* » a invalidé toutes les hypothèses émises concernant un tourisme sous développé, ou un tourisme illégal, ou un tourisme secondaire. Le « *soustourisme* » consiste « à promouvoir une destination comme alternative aux villes victimes du tourisme de masse » (Holiab, 2020, n.p.). Il met en évidence les atouts de visiter une destination peu fréquentée: tarifs plus abordables, sans files d'attente, visite des lieux historiques à son rythme, etc. Il renvoie aussi au tourisme responsable car il encourage les touristes à se rendre dans des destinations ayant été touchées par une catastrophe comme Bali durant les éruptions du mont Agung ou Porto Rico après l'ouragan Maria (Buckley, 2019, n.p.).

Le troisième cas concerne des terminologies composées d'un élément linguistique connu, ici tourisme, précédé ou suivi d'un autre méconnu. Aucune hypothèse ne peut être émise concernant la signification des termes de cette catégorie. Ne connaissant pas les sens des préfixes, « *æno*, *myco*, *insta* », l'incompréhension est double: linguistique et extralinguistique. Grâce à la recherche documentaire en ligne, les sens des trois préfixes sont donnés, respectivement: vin, champignon, Instagram. Le décodage linguistique entraîne la saisie conceptuelle. Il s'agit respectivement du tourisme qui a pour but d'aller dans des destinations pour la dégustation des vins, pour l'amour des champignons et pour prendre des photos pour être postées sur Instagram.

Néanmoins, le décodage des préfixes dans « *alphatourisme* », « *narcotourisme* », « *thanatouisme* », n'a pas permis de cerner les concepts auxquels renvoient ces termes. Des recherches poussées ont clarifié que l'« *alphatourisme* » consiste à parcourir les rues d'une ville selon l'ordre alphabétique de A à Z, le « *narcotourisme* » invite les visiteurs à se rendre dans lieux où ont vécu et travaillé les narcotrafiquants (Hunt, 2021, n.p.). Le « *thanatouisme* » est la visite des lieux de la mort (De Greef, 2013, n.p.). Plusieurs synonymes désignent le « *thanatouisme* » avec des petites nuances ont été trouvés: « *tourisme noir*, *tourisme macabre*, *tourisme négatif*, *tourisme tragique*, *tourisme morbide*, *tourisme de deuil* ». C'est un tourisme très à la mode et se décline en plusieurs types: visite des cimetières, appelé « *nérotourisme* », des champs de bataille, désigné par « *tourisme de guère* », des camps des concentrations, nommé « *tourisme de génocide* ».

Néologie touristique: problèmes de réexpression en arabe:

La première difficulté rencontrée pour rendre en arabe les néologismes de notre corpus est le traitement de la synonymie source des néologismes de notre corpus. Par exemple, il existe au moins quatre termes désignant l'un des types de tourisme rural, celui ayant pour objectif de découvrir des paysages, des spécialités gastronomiques, des savoir-faire agricoles d'un territoire: « *agritourisme* », « *agrotourisme* », « *tourisme agricole* » et « *tourisme à la ferme* ». La diversité des formes/signifiants- renvoient à un seul sens/signifié évoquant une seule référence extralinguistique. Ainsi, la déverbalisation de ces quatre termes renvoie à un seul concept: السياحة الزراعية. Cette traduction sera employée pour rendre en arabe les quatre termes en question.

Cette recherche a fixé des critères linguistiques et pragmatiques pour retenir une traduction arabe existante pour les néologismes de notre corpus: la préférence de l'arabe à l'emprunt, le terme simple au terme composé, la fiabilité de la

source et la fréquence de l'emploi de l'équivalence arabe. Ainsi, l'admission de la traduction arabe سياحة الطيور pour « *avitourisme* », appelé aussi « *tourisme ornithologique* », a été motivée, malgré son infertilité (car il ne peut pas engendrer de nouveaux termes), par le fait que ce terme est arabe et transparent (car composé, presque une définition), et par le fait que des quotidiens respectueux marocains, égyptiens, jordaniens et saoudiens l'utilisent depuis une durée de temps raisonnable suggérant la stabilité et l'acceptabilité du terme en question.

L'opération traductrice a relevé l'existence de deux unités traductionnelles à rendre en langue d'arrivée. Il y a, d'abord les termes pour lesquels la recherche documentaire a trouvé d'équivalents arabes. Cela démontre l'importance économique et sociale du secteur touristique pour la sphère arabe dont une partie des pays sont des destinations touristiques mondialement connues qui essaient de diversifier leur offre touristique. Ainsi, en Egypte, connue pour son tourisme archéologique et religieux, plusieurs sources numériques égyptiennes de langue arabe, comme Almasryaloum ou Rosaelyoussef qui sont des quotidiens de renommée, donnent une traduction pour « *Equitourisme* » : سياحة الفروسية. La recherche documentaire des équivalents arabes a relevé l'existence des traductions arabes pour les néologismes de notre corpus, comme entre autres:

Le terme source français	Terme anglais	Traduction arabe
Brassitourisme	brewery tourism	سياحة الجعة/ البيرة
Oléotourisme	olive oil tourism	سياحة زيت الزيتون
Géotourisme	Geotourism	السياحة الجولوجية
Tourisme noir	Black tourism	السياحة المعتمدة
Narcotourisme	drug tourism	سياحة المخدرات
Nécrotourisme	Secrotourism	سياحة المقابر
<i>Tourisme du suicide</i>	Stourism	سياحة الانتحار
Equitourisme	<i>equestrian tourism</i>	سياحة الفروسية
Astrotourism	Astrotourism	السياحة الفلكية

Le deuxième type est les néologismes pour lequel notre recherche documentaire n'a pas pu y trouver des traductions arabes. Pour combler cette lacune cognitive, cette contribution a proposé des nouveaux équivalents. La plupart de derniers sont le fruit d'une traduction littérale, d'autres sont le résultat d'une traduction conceptuelle. Ainsi, le nouveau terme-définition « *géoécotourisme* » indique qu'il s'agit d'un tourisme qui s'intéresse à la géologie et à l'écologie. Pour le rendre en arabe, la traduction littérale السياحة الجيولوجية البيئية a été proposée. Le tourisme islamique, tourisme de Sharia et tourisme Halal sont des types de tourisme qui respectent les lois islamiques. السياحة الإسلامية/ سياحة الحلال

Le tableau suivant donne quelques exemples d'équivalents arabes rendus par traduction littérale:

Le terme source français	Terme anglais	Traduction arabe
Cannabotourisme	<i>cannabis tourism</i>	سياحة القنب
Hélitourisme,	Helitourism	سياحة الهيلوكبتر
Mycotourisme	Mycotourism	سياحة الفطر
Slow tourisme	slow tourism	السياحة البطيئة
Spiritourisme	Spiritualism	السياحة الخمور/ المشروبات الروحية
Tourismophobie,	Tourismophobia	رهاب السياحة
Touristification	Touristification	السياحة
Touristiquer	to tourist	سياحي
Touristologie	Touristology	علم السياحة

Les termes: « *m-tourisme* », « *tourismatique* », « *nanotourisme* », « *après-tourisme* », « *post-tourisme* », « *transtourisme* », « *hypertourisme* », « *transtourisme* », « *contre-tourisme* » etc. sont des néologismes dont la traduction

nécessite de faire des recherches documentaires pour comprendre les concepts auxquels ils renvoient. Une fois ces concepts sont éclairés, le transfert en arabe peut se faire: Par exemple, « *m-tourisme* », c'est le tourisme de mobile ou par smartphone; « *toursmatiques* » est le tourisme par l'informatique; « *néotourisme* » est une nouvelle forme de tourisme en ligne entre particuliers qui consiste à louer sa valise, son bateau, son jardin pour faire du camping etc.

Bachimon cite la définition de Bourdeau pour

Le post-tourisme désigne le dépassement des cadres de pensée, de structuration et de pratique du tourisme à la fois fait de l'évolution sociétale globale et de l'évolution sectorielle du champ récréatif. Il renvoie à une dynamique de décroisement de l'ici et de l'ailleurs, du temps ordinaire et du temps extraordinaire, de l'« habiter » et du « visiter ». (Bachimon et al. 2014, n.p.).

Selon Bourdeau, « *après tourisme* » signifie « *une phase durant laquelle les stations et régions touristiques perdent leur activité touristique, soit par abandon définitif, soit par reconversion: résidentialité péri-urbaine ou secondaire, industrialisation, nouvelle activité de loisirs. Cette mutation se traduit dans le paysage par des délaissés d'équipements et des friches immobilières* » (Bourdeau, 2009, p.2)

Le terme de l'« *hypertourisme* » désigne le tourisme de trop, de l'excès, de l'au-delà. C'est la surconsommation des services et des produits de l'industrie touristiques: on veut voyager plus, plus loin, plus vite, plus fréquemment etc. Le terme de « *transtourisme* » désigne le dépassement et le changement des formes modernes d'organisation, d'habitude et d'attitude touristiques tout en étant responsable, solidaire et écologique à l'égard des constituant du secteur touristique. Enfin, le terme « *microtourisme* », s'opposant au tourisme de masse, renvoie à « *une balade à vélo, une sortie à la plage ou une randonnée en forêt.* » (Jablonka, 2021, n.p.).

En se basant sur les définitions des concepts des néologismes précédents: nous pouvons proposer par analogie au « *post-modernisme* » le terme « *poste-tourisme* ». Pour l'« *après-tourisme* », l'équivalent « *microtourisme* » semble être une bonne proposition. Pour « *néotourisme* », le terme « *microtourisme* » a été suggéré. Par analogie avec les traductions arabes existantes pour les termes de « *hypermodernité* » et « *transmodernité* », le terme « *microtourisme* » peut être une bonne traduction pour « *hypertourisme* ». Quant au « *transtourisme* », l'on peut proposer l'équivalent « *microtourisme* ». Enfin, pour le terme « *microtourisme* », l'équivalent arabe « *microtourisme* » a été retenu.

Le Ministère de la Transition écologique définit le slow-tourisme comme suit:

« *Le slow tourisme promeut la déconnexion, la redécouverte de territoires de proximité, la rencontre et le partage avec les populations locales. La pratique incite à des voyages plus écologiques, à faible émissions de CO₂, qui respectent le patrimoine et la biodiversité* » (Ministère de la Transition écologique, 2022, n.p.). A partir de cette définition l'équivalent « *microtourisme* » a été proposé.

Conclusion:

Cette contribution a cherché à mettre en évidence l'importance du tourisme et la complexité de son discours. On estime que dix pour cent des PIB de plusieurs pays arabes provient des recettes touristiques. Maintenir et développer ces revenus ne peuvent se faire sans comprendre et traduire en arabe les publications de l'industrie touristique notamment celles écrites en anglais et en français. Mais vouloir transférer en arabe les savoirs touristiques est une entreprise pénible: multidisciplinarité du domaine touristique, rapidité de son évolution, abondance de ses publications, diversités de ses outils et de ses moyens, etc.

Cette recherche, en s'appuyant sur la théorie interprétative de Paris, a cherché à analyser la compréhension en langue source, la recherche documentaire et la traduction en arabe de quelques néologismes de différentes structures morphosémantiques et domaines. Cela pour, d'une part, démontrer la méthodologie suivie pour rendre en arabe la totalité de la néologie de notre corpus, et d'autre part, pour combler la lacune née de l'absence d'une traduction arabe pour ces néologismes. La traduction proposée n'est pas parfaite. C'est une proposition de traduction ouverte aux critiques, à l'amélioration et à la substitution.

La traduction du discours des domaines touristiques et leurs terminologies constituent un terrain fertile pour des recherches futures. Par exemple, la terminologie de l'« *E-tourisme* » est peu étudiée. Une bonne partie de ses termes n'a pas, selon nos recherches en ligne et en bibliothèque, d'équivalences en arabe. Les tentatives individuelles de la traduction de la « *touristologie* » en arabe sont louables. Néanmoins, et étant donné l'importance économique de l'industrie touristique et l'abondance de ses publications, la traduction de ce discours doit être institutionnalisé au niveau des laboratoires de recherches interuniversitaires panarabe, au niveau des Académies de langue arabe et de l'Organisation Arabe du Tourisme.

Lexique des néologismes

#	Terme français	Terme anglais	Traduction arabe
1	Aérotourisme	Aerotourism	السياحة الجوية
2	Agritourisme (agrotourisme, tourisme agricole, tourisme à la ferme)	Agritourisme	السياحة الزراعية
3	Agrotourisme-camping	Agrotourism-camping	سياحة التخييم الزراعي
4	Alphatourisme	Alphatourism	سياحة الفا- سياحة الحروف الابدجية
5	Anti-tourisme	Anti-tourism	ضد السياحة
6	Après-tourisme	After-tourisme	بعد السياحة
7	Aquatourism	Aquatourism	السياحة المائية
8	Astrotourism	Astrotourism	السياحة الفلكية
9	Avitourisme (tourisme ornithologique)	Ornithological tourism	سياحة الطيور
10	Biotourisme	Biotourism	السياحة الحيوية
11	Brassitourisme (tourisme brassicole)	Brewery tourism	سياحة الجعة/ البيرة
12	Cafétourisme	Cafeterianism	سياحة المقاهي
13	Cannabotourisme	Cannabis tourism	سياحة القنب
14	Chocotourisme	Chocolate tourism	سياحة الشوكولاته
15	Cidrotourisme,	Cider-tourism	سياحة نبيذ التفاح
16	Cinétourisme	Film-tourism	السياحة السينمائية
17	Cyclotourisme	Cycle tourism	سياحة الدراجات
18	Ecoliers-tourisme	School childrentourism	سياحة اطفال المدارس
19	Écotourisme,	Eco-tourism	السياحة البيئية
20	Égotourisme	Selfish tourism	السياحة الانانية
21	Égotourisme	Egotourism	السياحة الانانية
22	Enotourisme (œnotourisme, vinitourisme, vititourisme)	Enotourism	سياحة النبيذ
23	Équitourisme (hyppotourisme, tourisme équestre)	Equitourisme	سياحة الفروسية
24	Ethnotourisme	Ethno tourism	السياحة العرقية
25	Géo-écotourisme	Geo-ecotourism	السياحة الجولوجية البيئية
26	Hélitourisme	Helitourism	سياحة الهيلوكبتر
27	Homo touristicus	Homo touristicus	الانسان السياحي
28	Hypertourisme	Hypertourism	السياحة المفرطة
29	Instatourisme	Instaturism	السياحة الانستغرام
30	Locatourisme	Locatourism	السياحة المحلية
31	Microtourisme	Microtourism	السياحة الصغرى

#	Terme français	Terme anglais	Traduction arabe
32	Mototourisme	Mototourisme	سياحة الدراجات النارية
33	M-tourisme	M-tourism	سياحة الهاتف الذكي
34	Mycotourisme	Mycotourism	السياحة الفطر
35	Nanotourisme	Nanotourism	السياحة النانوية
36	Narcotourisme	Drug tourism	سياحة المخدرات
37	Nécrotourisme (de cimetière)	Necrotourism	سياحة المقابر
38	Néotourisme	New Tourism	سياحة بين الافراد
39	Œnotourisme (enotourisme, vinitourisme, vititourisme)	Wine tourism	سياحة النبيذ
40	Oléotourisme	Olive oil tourism	سياحة زيت الزيتون
41	Pescatourisme,	Pesca-tourism	سياحة السمك
42	Photo-tourisme	Photo-tourisme,	سياحة الصور
43	Piéton-tourisme	Pedestrian-tourism	سياحة المشاة
44	Poketourisme		سياحة البوكمين/ لعبة صيد الوحوش
45	Post-tourisme	Post-tourism	ما بعد السياحة
46	Pseudo-tourisme	Pseudo-tourism	السياحة الزائفة
47	Récréotourisme,	Recreotourism	السياحة الترفيهية
48	Sexotourisme	Sex tourism	السياحة الجنسية
49	Shopping-tourisme	Shopping-tourism	سياحة التسوق
50	Slow- tourisme,	Slowtourism	السياحة البطيئة
51	Sous-tourisme	Sub-tourism	السياحة البديلة
52	Spiritourisme	Spiritualism	السياحة الخمور/ المشروبات الروحية
53	Thanatouisme	Thanatouisme	سياحة الموت
54	Tourismatique	IT tourism	السياحة الرقمية (سياحة تكنولوجيا المعلومات)
55	Tourisme apocalyptique	<i>Apocalypse Tourism</i>	سياحة القيامة/نهاية لعالم
56	Tourisme blanc	<i>White Tourism</i>	السياحة البيضاء
57	Tourisme bleu	<i>Bleu Tourism</i>	السياحة الزرقاء
58	Tourisme de camions	Tourism truck	سياحية الشاحنات
59	Tourisme de catastrophe	Disaster Tourism	سياحة الكوارث
58	Tourisme de cimetière (Nécrotourisme)	Cemetery Tourism	سياحة المقابر
59	Tourisme de fantômes	Ghost Tourism	سياحة الأشباح
60	Tourisme de guerre (champs de bataille)	War/Battlefield Tourism	سياحة الحروب/ ميادين الحروب
61	Tourisme de niche	Dog niche tourism	سياحة تربية الكلاب
62	Tourisme de prison	Prison Tourism	سياحة السجون
63	Tourisme de route	Road tourism	سياحة الطرق
64	Tourisme Halal (Tourisme-charia')	Halal tourisme	سياحة الحلال
65	Tourisme islamique (Tourisme Halal)	Islamic tourism	السياحة الإسلامية
66	Tourisme obscur (noir, sombre, morbide, macabre)	Obscure tourism	السياحة المعتمة
67	Tourisme de l'euthanasie	Euthanasie tourisme	سياحة القتل الرحيم

#	Terme français	Terme anglais	Traduction arabe
68	Tourisme-charia'	Sharia tourism	السياحة الشرعية
69	Tourisme vert	Green Tourism	السياحة الخضراء
70	Tourismologie,	Tourismology	علم السياحة
71	Tourismonaute	Tourismonaut	السياحة الفضائية
72	Tourismophobie	Tourismophobia	رهاب السياحة
73	Touristification	Touristification	التسوح
74	Touristiquer	To tourist	يتسوح
75	Touristisation	Touristisation	التسوح
76	Touristologie	Touristologie	علم السياحة
77	Tout-au-tourisme	All-around tourism,	السياحة الشاملة
78	Transtourisme	Transtourism	التحول السياحي
79	Vinotourisme (<i>enotourisme</i> , œnotourisme, vititourisme)	Wine tourism	سياحة النبيذ
80	Vititourisme (vinotourisme, <i>enotourisme</i> , œnotourisme)	Wine tourism	سياحة النبيذ

REFERENCES

- Bachimon, Ph, Bourdeau, Ph et al. (2014): Du tourisme à l'après-tourisme, le tournant d'une situation de moyenne montagne. St.Nizier-du-Moucherotte (Isère), *Géococonfluences*, avril 2014. Consulté le 9/2/2023 <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/les-nouvelles-dynamiques-du-tourisme-dans-le-monde/articles-scientifiques/du-tourisme-a-l-apres-tourisme>
- Buckly, J. (2019): Sous-tourisme: ces destinations souhaitent attirer votre attention. *National Geographic*, N°9/2019. Consulté le 9/2/2023 [<https://www.nationalgeographic.fr/voyage/2019/09/sous-tourisme-ces-destinations-veulent-attirer-votre-attention>]
- Baillargeon T. (2016): Le tourisme noir: l'étrange cas du Dr Jekyll et de M. Hyde", *Téoros, Revue de recherche en tourisme*, N° 35 (1), Consulté le 9/12/2022 [<http://journals.openedition.org/teoros/2839>]
- Bourdeau, Ph. (2009): De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ? *Revue de géographie alpine*, N°97 (3).
- Boutarfa, M., Azrou, N. (2021): Terminologie touristique et problèmes de traduction Français-Arabe. Lexique Unifié des Termes des Sciences du Tourisme –Modèle, *Revue Synergie Algérie*, N° 29. Consulté le 11/12/2022 [https://gerflint.fr/Base/Algerie29/boutarfa_azrou.pdf]
- Cabré, M. T. (1998): La terminologie: théorie, méthode et applications. Paris, Armand Colin.
- Capellà, H, Marcotte M. et P. (2014) Marges et périphéries: un espace pour des pratiques non touristiques, Le cas de Concepción au Chili, *Téoros, Revue de recherche en tourisme* N° 33 (2). Consulté le 9/2/2023 [<https://journals.openedition.org/teoros/2684>]
- Christin, R. (2014): *L'usure du monde. Critique de la déraison touristique*. Montreuil: Éditions L'échappée.
- Decroly, J.-M. et al. (2006): *Tourisme et société. Mutations, enjeux et défis*. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles.
- De Greef, Thierry, (2013): Une halte sur le tourisme noir, *Huffingtonpost*, N°9. Consulté le 5/4/2022. [http://www.huffingtonpost.fr/thierry-de-greef/une-halte-sur-le-tourisme_b_3732237.html],
- Dewailly, J-M, (2008): Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme, *Téoros, Revue de recherche en tourisme*, N° 27(1).
- Durieux, C. (1990): La recherche documentaire en traduction technique: conditions nécessaires et suffisantes. *Revue Meta*, N° 35(4), 669–675. Consulté le 9/9/2022 [<https://doi.org/10.7202/002688ar>]

- Gile, D. (1994): Les outils documentaires du traducteur, *Revue Palimpsestes*, N° 8. Consulté le 1/12/2022 [<http://journals.openedition.org/teoros/2839>]
- Herbulot, Fl. (2004) La Théorie interprétative ou Théorie du sens: point de vue d'une praticienne. *Revue Méta*, N° 49,2. Consulté le 5/4/2022 [https://www.researchgate.net/publication/270711976_La_Theorie_interpretative_ou_Theorie_du_sens_point_de_vue_d'une_praticienne]
- Humbley, J. et Jacquet-Pfau, C. (2020): *Nouveaux horizons pour la néologie en français*. Hommage à Jean-François Sablayrolles. Limoges: Lambert-Lucas, pp. 69–85.
- Jablonka, Cl. (2021): Le micro-tourisme: des vacances en bas de chez vous, *Livin Marseille*. Consulté le 15/4/2022 [<https://livinmarseille.com/micro-tourisme>]
- [Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires](#), (2022) Le « slow tourisme », de quoi parle-t-on ? <https://www.ecologie.gouv.fr/slow-tourisme-quoi-parle-t-on>
- Odeh, A. (2012): Terminologie du discours touristique: sources, formation et traduction, *Revue des Sciences Humaines*, 21(2): p.p. 356-369.
- Piccato, M. (2015): *Glossaire trilingue du tourisme (français/italien/anglais). Une étude terminologique comparée*. Paris: Hermann.
- Auge, Cl. (2018): *Nouveau Larousse Illustré, Vol. 3. Larousse. p. 343*
- Sablayrolles, J-F. (2019): *Comprendre la néologie. Conceptions, analyses, emplois*. Limoges: Lambert-Lucas, coll. « La Lexicothèque ».
- Sarrasin, B. et Éthier, B. (2012): *Épistémologie des études touristiques*. Montréal: Presses de l'Université du Québec, pp. 9–23.
- Seleskovitch, D. et Lederer, M. (2002): *Pédagogie raisonnée de l'interprétation*, en coédition avec l'Office des Publications des Communautés Européennes, Luxembourg et Paris.
- Seleskovitch, D. et Lederer, M. (2001): *Interpréter pour traduire*, Paris, Didier Érudition. Kubiak
- Tallarico, G. L. et Humbley, J. (2020): Quelle néologie pour l'œnotourisme ? Stratégies françaises et italiennes en confrontation », *Revue Neologica*, N°14.
- Koizumi, T., Chakraborty, A. (2015): Geocotourism and environmental conservation education: insights from Japan, *Revue Geojournal*, 81(5). Consulté le 20/2/2023. https://www.researchgate.net/publication/282541009_Geocotourism_and_environmental_conservation_education_insights_from_Japan.