

Forme de “partaj” ale interacțiunii manifestate în discursurile turistice

(Rezumatul tezei de Georgescu Rodica-Doina, Universitatea din Craiova)

Cuvinte cheie: analiză de discurs, discurs turistic, interacțiune, partaj, vizită ghidată

I. Introducere

Studiul nostru urmărește analiza conceptelor deja menționate mai sus și funcționarea discursivă a conceptului de partaj (împărțire) ca formă discursivă de interacțiune în discursurile turistice (orale, scrise). Partajul este un concept care integrează dictum și modus (ca termeni de modalitate de enunțare) ale locutorului ghid în conceperea discursului turistic îndreptat către publicul țintă (vizitatorii de muzee). A partaja (a împărți) un spațiu muzeal înseamnă pe de-o parte, a conviețui acolo și, pe de altă parte, a interacționa în același loc în care cunoștințele împărtășite ale locutorului ghid, conduitele, interacțiunile sociale se contextualizează în partaj discursiv, manifestări discursive, interacțiuni verbale ale actorilor în jocul comunicării/transmiterii culturale. De altfel, toate aceste constituie matricea discursivă a partajului (a experienței împărtășite, a trăirilor reale, fictive, a sentimentelor locutorului ghid ca moștenitor al cunoștințelor culturale și a orizontului său de așteptare).

II. Perspectivă generală. Baza teoretică

Cercetarea are ca obiect de studiu discursul turistic privit din două unghiuri: intern și extern. Analiza internă a discursului vizează dispozitivul discursiv-baza discursului turistic precum și funcționarea lui în discurs, formele discursive ale partajului, interacțiunile verbale în contextul cultural și discursiv al VG

(de acum vizită ghidată), a ghidului (de acum G) și a vizitatorilor (de acum V). Analiza externă are în vedere interacțiunile sociale în cadrul VGC (vizită conferință ghidată) la Muzeul de Arte Frumoase din Dijon. În cadrul vizitei ghidate virtuale, ceea ce primează este interacțiunea om-dispozitivul tehnic. Analiza se sprijină pe conceptele de «vizită ghidată virtuală», de ghid virtual vs. ghid-conferențiar (pentru corpul oral) și vizitatorul cititor, locutorul ghid fiind instanța discursivă principală în spațiul discursiv al VG.

Pe scurt, VG și discursul sunt analizați sub două aspecte: spațiul de reconstruire de identități (discursivă, culturală, socială, lingvistică, categorială, etc.) a participanților la dialogul cu cultura patrimoniului muzeal.

III. Ipoteze

Pornind de la analiza de discurs a lui M. Bakhtine conform căreia există multe activități umane care aparțin unor tipuri și genuri de discurs diferite, am asociat discursul rezultat în contextul VG cu tipul de discurs turistic corespondent. Discursul turistic (axa de cercetare) este văzut ca “o unitate de domeniu” (pentru că aparține unui domeniu de activitate; acest concept a fost propus de Dominique Charaudeau 2005) și ca o subcomponentă a discursului în ansamblu, fiindcă se înscrie în categoria discursului de transmitere a unor cunoștințe, de credință și de opinie (Charaudeau 2004).

IV. Corpus

Corpusul pentru care am optat este alcătuit din două tipuri de documente: orale (un corpus înregistrat în cursul unei vizite audioghidate la Muzeul de Arte Frumoase din Dijon, un corpus informatizat ce aparține Muzeului Louvre Paris, corpus disponibil pe site-ul: www.louvre.fr/parcours, Visites guidées virtuelles au Musée du Louvre- Vizite ghidate virtuale la Muzeul Louvre).

Vizita ghidată virtuală cuprinde 7 mari parcursuri tematice:

-L’Homme et la Nature, L’immémoriale entente (www.louvre.fr/routes/lhomme/-et-la-nature), -Omul și Nature, imemoriala înțelegere

-Antiquités orientales- Antichități orientale

www.louvres.fr/routes/la-fonction-royale, www.louvre.fr/routes/baylone,

www.louvre.fr/routes/les-palais-assyriens,

www.louvre.fr/routes/demons-et-genies, www.louvre.fr/routes/bible-et-mesopotamie,

www.louvre.fr./routes/la-grande-deesse,

-Habiter le Louvre-À la découverte du palais des rois- A locui la Louvre- Descoperind palatul regilor

(www.louvre.fr/routes/habiter-le-louvre-à-la-decouverte-du-palais-des-rois-0),

-Il était une fois Noël en France (www.louvre.fr/routes/il-etait-une-fois-noel). A fost odată Crăciunul în Franța

-Noël en France (www.louvre.fr/routes/noel-en-france)- Crăciunul în Franța

-Antiquités égyptiennes- Antichități egiptene (www.louvre.fr/routes/au-temps-des-pharaons), www.louvre.fr/routes/osiris, www.louvre.fr/routes/art-funeraire, www.louvre.fr/routes/baouit)

-Morceaux de réception à l'Académie royale (www.louvre.fr/routes/morceaux-de-reception)-

Cele 4 parcureri pentru VGC sunt Femeia în Evul Mediu, Asediul de la Dijon, Arte și cultură-o evoluție comună, De la realism la cubism- nașterea modernității.

Documentele scrise sunt alcătuite din ghiduri turistice, pliante- broșuri turistice. Corpusul nostru comportă discursuri orale și scrise care rezultă din contextul VGC ce reprezintă cadrul discursiv și cultural al lui Dire culturel (zicere, discurs cultural) și al acțiunii (a-i face pe V să acționeze).

V. Metode alese

Principalele metode care ne-au «însoțit» pe calea cercetării sunt metoda analitică, metoda cantitativă, (asociată pe larg analizei de discurs) și metoda calitativă.

Metoda analitică constă în analiza uneltelor mobilizate de actorii comunicării în contextul VG (spațiul discursiv și scriptural). Metoda de analiză de conținut cu elemente cantitative ne-a permis să cuantificăm mărcile de oralitate existente în discursul VGC și de a obține rezultatele acestora. În acest sens, am întocmit un tabel ce cuprinde numărul frecvențelor și procentele mărcilor de oralitate prezente în discursul VGC și, apoi, am interpretat rezultatele obținute.

Metoda calitativă ne-a permis analiza din punct de vedere calitativ a dispozitivului enunțiativ al VG.

VI. Prezentarea capitolelor.

Cercetarea noastră a parcurs următoarele etape: Avant-Propos, Introducere, trei capitole și Concluzii generale. În ceea ce privește *Avant propos-ul*, ne-am concentrat pe turism și evoluția lui de-a lungul timpului: acesta a cunoscut schimbări diverse în viziunile oamenilor, generate de progresul științei și tehnicii, a spațiilor promovate de către responsabili din turism. Turismul, el însuși, a urmat «un traseu» fixat de persoane de categorii socioprofesionale diferite și s-a adaptat scopurilor lor (comerciale, culturale, personale, etc.) : turismul-activitate comercială (neguțătorii), turismul-mod de călătorie culturală al oamenilor instruiți și educați (turismul aristocratic), turismul-domeniu, sector de activitate (DS-domeniu specializat, domeniu profesioniștilor din turism), turismul și interferențele sale cu științele și disciplinele variate (obiect de cercetare pentru cercetători, savanți). Când privește scopurile, acestea se grupează în trei mari categorii: scopuri economice, profesionale și culturale. La acestea adăugăm scopurile comunicative și didactice vizate de VGC.

Introducerea cuprinde trei etape principale ale demersului nostru de cercetare: reflexia de plecare de problematica, cadrul general al cercetării științifice (ipoteze de cercetare, obiective), metodologia de cercetare (tipuri de abordări și metode alese), alcătuirea corpusului, analiza cantitativă și calitativă a corpusului, motivația alegerii corpusului și colectarea corpusului.

Primul capitol se întemeiază pe « Studiul discursurilor turistice-abordare enunțiativă ». Analiza discursului turistic s-a desfășurat după două direcții mari de cercetare (abordare discursivă propusă de Émile Benveniste, de Patrick Charaudeau și de Catherine Kerbrat-Orecchioni și abordare discursivă de Liana Pop, de Jean-Paul Bronckart, abordare modulară de Eddy Roulet). Prima abordare vizează scena de enunțare, situația de enunțare, mărcile discursive, tipologia actorilor în discurs în timp ce a doua urmărește spațiul memoriei discursive (Liana Pop, 2000 : 155), intertextualitatea, configurația textuală a spațiului social, geografic și abordarea modulară de discurs (model de analiză discursivă care cuprinde structurile frastice și parafrastice ale discursului) a lui Eddy Roulet (1991 : 57).

Al doilea capitol se axează pe « Discursul turistic prin activitatea discursivă a producătorilor » în cadrul VG. Ne-am concentrat pe producerea discursului (ca activitate și rezultat al acestei activități-discursul turistic propriu-zis), pe instrumentele lingvistice și pe strategiile discursive ale G pentru a-i face să acționeze pe V (să viziteze spațiile recomandate).

Al treilea capitol se sprijină pe « partaj » în raport cu discursul turistic în spațiul Celuilalt și pune accentul pe dispozitivul enunțiativ mobilizat de G în contextul VG (context cultural și discursiv), pe punctele

asemănătorare și diferențele celor două tipuri de corpus (în funcție de grilele de analiză propuse) și scopurile (communicative, didactice și profesionale) vizate VG.

Concluziile generale evidențiază variabilele analizei: actanții (actorii) activității discursive, ai discursului, situația de enunțare, rolurile jucate de actori pe scena de enunțare, scopurile vizate de VG și pe partajul ca sursă, acțiune, mod, implicare afectivă a creatorilor de discurs turistic (« partajul emoțional » Ravazzolo, 2012 :116).

VII. Elemente noi. Aport teoretic și practic

Ne-am propus să urmărim « partajul » (cuvântul cheie-elementul central al acestei cercetări) ca acțiune discursivă (acțiune langajieră) și ca mod discursiv (cuprinzând și alte moduri discursive discursifs: mod metalinguistic, axiologic, constativ și proiectiv) de transmitere de cunoștințe (culturale, de opinie și de credință) în cadrul VGC.VG este văzută ca gen discursiv a cărui trăsătură principală este partajul lingvistic și cultural al G cu V de muzee, vizita ghidată fiind împărțită în VG virtuală și în VGC-sub-genuri discursive ale partajului în schimb verbal și interacțiune, în general, verbală.

Spațiul muzeal virtual și spațiul muzeal real (situat într-un spațiu geografic actual) este un obiect discursiv –reflexia noastră de plecare.

Discursul transmițător–discursul VG (un discurs ce poartă amprenta spațiului de proveniență) ia în considerare dimensiunile (pragmatică, semantică, semiotică, sociolingvistică, socioculturală) ale discursului inițial al G (limba este reprezentată de limbaj în discurs) apt să armonizeze interacțiunile dintre G și V de muzee și să consolideze legătura socio-afectivă a indivizilor.

Dacă discursul turistic este analizat în termeni constitutivi, care pot fi diferențiați, susceptibili de a fi reorganizați în raport cu un factor determinant (în opinia noastră) pentru structura sa și pentru funcționarea sa, *partajul* (factor ignorat actual de cercetările din domeniu), perspectiva practică este ea însăși îmbogățită. Este deci, posibil pentru specialiștii din domeniul turistic (ghizi, furnizorii de produse, etc.) de a lua în considerare în activitatea lor, mai ales aspectele de partajare, de a transfera datele provenite din cercetare pe un teren real. A construi parcursuri turistice, a propune obiecte de cultură publicului vizitator în funcție de valorile discursive de *partaj* poate reprezenta un suport de eficacitate nu numai discursivă.

VIII Concluzii

Concluziile subliniază parametrii discursiv esențiali ai cercetării noastre: G, V, spațiul, timpul și scopurile VG. Am insistat de asemenea pe punerea în scenă a cuvintelor G (cuvântul discursiv vs. cuvântul profesional al G) și sursele partajului (intertextualitate, mai ales fenomenele depozitare de memorie și memoria discursivă) după o scenografie adecvată și adaptată fiecărui context (dominat de către virtual, de real).

IX. Utilitatea tezei

Am apreciat că noul tip de discurs (discursul transmis și discursul transmițător de cunoștințe) poate să deschidă și alte piste de analiză și reflecție date fiind transdisciplinaritatea, abordările enunțative și perspectiva de cercetare în AD (de acum analiză de discurs). Pe de altă parte, am considerat că vizita ghidată ca matrice discursivă și matrice culturală (de mobilizare a cunoștințelor împărtășite, a experienței împărtășite de către G vizitatorilor de muzee, a manifestărilor discursive ale G și publicul țintă, implicarea afectivă a G în propriul discurs) deschide multiple căi de acces în universul vast al câmpului discursiv fragmentat într-o infinitate de spații discursive particulare.