

Quelques caractéristiques des adjectifs dans les brochures touristiques finlandaises

Mémoire de maîtrise
Teppo Kosonen
Université de Tampere
Institut des études de langues et de traduction
Langue française
Juin 2008

Pro gradu-tutkielma :

”Quelques caractéristiques des adjectifs dans les brochures touristiques finlandaises”

Tekijä : Teppo Kosonen **Vuosi :** 2008 **Sivumäärä :** 83 sivua + liitteet 13 sivua

Tässä pro gradu-tutkielmassa tarkastelen matkailuesitteissä käytettyjen adjektiivien erityispiirteitä ja etenkin niiden subjektiivisuutta ja objektiivisuutta. Työni aineisto koostuu Suomen Matkailunedistämiskeskuksen esitteistä vuosilta 2003-2006. Esitteitä on yhteensä kuusi kappaletta ja ne ovat täysin ranskankielisiä. Esitteet kattavat hyvin kaikki Suomen tärkeimmät maantieteelliset alueet.

Adjektiivien luokittelun pohjana on sovellettu Catherine Kerbrat-Orecchionin laatimaa mallia, jonka hän tuo esiin teoksessaan *Enonciation: de la subjectivité dans le langage*. Adjektiivit jaetaan ensin kahteen eri pääluokkaan eli objektiivisiin ja subjektiivisiin adjektiiveihin. Seuraavaksi adjektiivit jaetaan edelleen alaluokkiin. Subjektiiviset adjektiivit voivat olla evaluatiivisia tai affektiivisia eli tunnepitoisia. Evaluatiiviset adjektiivit jaetaan vielä erikseen aksiologisiin ja ei-aksiologisiin adjektiiveihin. Yhtenä objektiivisten adjektiivien alaluokista voidaan mainita esimerkiksi eri väreihin liittyvät adjektiivit.

Huomionarvoista tutkimuksessa on se, että kutakin yksittäistä adjektiivien alaryhmää on tarkasteltu laajemmin ottaen myös suhteessa matkailuesitteiden yleisiin eri aihepiireihin (kuten esimerkiksi luonto, sosiaali- ja talouselämä jne.). Näin ollen on saatu hahmoteltua sitä millaiset adjektiivit mahdollisesti liittyvät mihinkin aihepiiriin.

Työn pääpaino on kuitenkin säilytetty kielitieteellisessä tutkimuksessa. Tutkimuksen merkittävin havainto on se, että perusmerkitykseltään ei-aksiologisilla adjektiiveilla on matkailuesitteissä taipumuksena muuttua aksiologisiksi. Esimerkiksi ranskan kielen adjektiivi *grand,e* (suomeksi 'suuri') esiintyy matkailuesitteissä usein abstraktisessa merkityksessä ja määrittelee jotain muuta ominaisuutta kuin kokoa.

Aksiologiset adjektiivit osoittautuvat tutkimuksen suurimmaksi yksittäiseksi alaryhmäksi. Subjektiivisuus näkyy ennen kaikkea luontoon ja tunteisiin liittyvissä määritteissä. Sen sijaan objektiivisuus käy ilmi etenkin sosiaali- ja talouselämään sekä paikannimistöön liittyvässä sanastossa.

Asiasanat: adjektiivi, objektiivinen, subjektiivinen, aksiologinen, ei-aksiologinen, affektiivinen, matkailuesitteet, Suomi, turismi

Table des matières

1. Introduction

1.1 But du travail et corpus	2
1.2 Statistiques touristiques	3
1.3 Terminologie	4
1.4 Quelques mot sur la Finlande en tant que pays touristique	5

2. Adjectif

2.1 Définition de l'adjectif	7
2.2 Types d'adjectifs	8
2.3 Adjectif qualificatif	8
2.4 Adjectif relationnel	9
2.5 Adjectif verbal	10
2.5.1 Participe présent	10
2.5.2 Participe passé	11

3. Catégorisation des adjectifs

3.1 Opposition objectif-subjectif	11
3.2 Adjectifs objectifs	13
3.3 Adjectifs subjectifs	14
3.3.1 Adjectifs affectifs	15
3.3.2 Adjectifs évaluatifs	16
3.3.2.1 Adjectifs axiologiques	16
3.3.2.2 Adjectifs non axiologiques	16

4. Analyse

4.1 Adjectifs objectifs	17
4.1.1 Adjectifs relationnels	18
4.1.1.1 Nature	18
4.1.1.2 Vie sociale et économique	20
4.1.1.3 Adjectifs relatifs aux lieux ou aux espaces	20
4.1.2 Adjectifs de référence temporelle	22
4.1.2.1 Période historique	22
4.1.2.2 Autres adjectifs de référence temporelle	23
4.1.3 Adjectifs spatiaux	24
4.1.3.1 Toponymes	24
4.1.3.2 Localisation	26
4.1.3.3 Météorologie et géologie	27
4.1.3.4 Directions	27
4.1.4 Adjectifs relatifs aux couleurs	29
4.1.4.1 Couleur pure	29
4.1.4.2 Couleur autre	30
4.1.5 Divers adjectifs objectifs	31
4.1.5.1 Religion	31
4.1.5.2 Tradition	32

4.1.5.3 Adjectifs à formation spéciale	33
4.1.5.4 Information	34
4.1.6 Statistiques des adjectifs objectifs	35
4.2 Adjectifs subjectifs	39
4.2.1 Adjectifs affectifs	40
4.2.2 Adjectifs évaluatifs	41
4.2.2.1 Adjectifs évaluatifs axiologiques	41
A) Authenticité	41
B) Beauté	42
C) Bonté	43
D) Notoriété	44
E) Cuisine	46
F) Excellence	47
G) Hôtes et visiteurs	48
H) Tranquillité	50
I) Adjectifs relatifs aux sensations	51
J) Nature	52
K) Particularité	54
L) Adjectifs de l'irréel	54
M) Facilité	55
N) Intensité	56
4.2.2.2 Adjectifs évaluatifs non axiologiques	59
A) Grandeur	60
B) Nombre	64
C) Température	66
D) Temps	67
E) Étendue	69
F) Hauteur	70
G) Distance	71
H) Totalité	72
I) Abondance	73
4.2.3 Statistiques des adjectifs subjectifs	74
4.3 Statistiques des adjectifs dans les brochures touristiques	77
5. Conclusion	79
BIBLIOGRAPHIE	82
ANNEXE 1 : Tableau récapitulatif des adjectifs utilisés dans les brochures touristiques de l'Office National du Tourisme de Finlande	84

1. Introduction

1.1 But du travail et corpus

Dans ce travail nous étudierons l'emploi des adjectifs dans la publicité touristique finlandaise et surtout leurs traits caractéristiques sur le plan sémantique. Comme point de départ nous utiliserons la théorie de la linguiste française Catherine Kerbrat-Orecchioni sur la catégorisation des adjectifs¹. En outre, nous devons enrichir cette théorie par d'autres catégories plus propres au marketing et au langage publicitaire et par des statistiques touristiques.

Dans le cadre de cette étude, nous nous concentrerons principalement sur *les adjectifs qualificatifs* (la Laponie *exotique*²) et *les adjectifs relationnels* (ville *côtière*, Helsinki³). En outre, nous inclurons dans cette analyse *les adjectifs verbaux* qui se terminent par *-ant* ou *-ent*⁴ (la vision la plus *impressionnante* de la côte nord du Golfe de Finlande est celle des îles fortifiées de Suomenlinna-Sveaborg⁵) (Grevisse et al., 1989 : 150).

Nous catégoriserons les adjectifs de deux façons différentes. En premier lieu, nous diviserons les adjectifs selon la théorie de Kerbrat-Orecchioni en deux grands groupes différents : *subjectifs* et *objectifs*. En second lieu, nous examinerons les adjectifs sous les thèmes principaux des brochures touristiques (la nature, la vie sociale et économique etc.) pour comprendre quelles sont les caractéristiques les plus appréciées dans les régions étudiées. Nous nous demanderons également quel est le but de ces brochures et à qui elles sont destinées. En dernière partie, nous dresserons un récapitulatif des adjectifs les plus utilisés en procédant au décompte de leur nombre et de leurs attestations.

Notre corpus se composera d'une série de six brochures touristiques finlandaises, écrites en français (*Finlande : rêves d'hiver 2005-2006*, *Finlande : un art de vivre 2005*, *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005*, *Finlande : un art de vivre 2004*, *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004*, *Finlande : un art de vivre 2003*).⁶ Le critère le plus important pour le

¹ Kerbrat-Orecchioni, C. *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Armand Colin, Paris. 1999.

² *Finlande : un art de vivre 2003* : 2.

³ *Finlande: rêves d'hiver 2003-2004* : 22.

⁴ Ces terminaisons *-ant* et *-ent* sont des formes au masculin. Il faut se rappeler que l'adjectif verbal varie en genre et en nombre (Dubois et al. 1973 : 205). La terminaison *-ante* est donc une forme pour le genre féminin (comme par exemple dans la formule 'la vision la plus *impressionnante*').

⁵ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 22.

⁶ Selon l'Office National du Tourisme de Finlande les écrivains natifs français ont rédigé ces brochures

choix de ces brochures était le contenu informatif. Les brochures ont été publiées par l'Office National du Tourisme de Finlande et elles recouvrent bien toutes les régions du pays.

1.2 Statistiques touristiques

La notion *tourisme* comprend « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs. Tous les voyageurs qui intéressent le tourisme sont désignés par le terme *visiteur* »⁷.

Les visites peuvent être divisées en deux types selon la durée du voyage : si la visite dure moins de trois nuits, on parle d'un *court séjour personnel*, et s'il s'agit d'une visite de plus de trois nuits mais non pas plus de quatre mois, on parle des *vacances*. Les visiteurs qui ne restent qu'un jour sont appelés *excursionnistes* et ceux qui restent au moins une nuit sont appelés *touristes*. Les visites peuvent avoir différents motifs et c'est pourquoi, on utilise souvent les termes comme par exemple *le tourisme de santé, le tourisme d'affaires, le pèlerinage, le tourisme scolaire, etc.*⁸

En 2005, la Finlande a accueilli près de 5 millions de visiteurs étrangers. La plupart des touristes viennent de Russie avec 1,7 millions de visiteurs. Les Suédois sont le deuxième groupe important (plus de 750 000 visiteurs). Les Estoniens se classent à la troisième place (environ 450 000 visiteurs).⁹

Les Français constituent également un groupe assez important pour le tourisme du pays. Même s'ils ne figurent pas en tête des statistiques, ils sont de plus en plus nombreux à venir en Finlande année après année. Le nombre des touristes français a augmenté de 16

touristiques en coopération avec les rédacteurs finlandais.

⁷ Cette citation est tirée de la rubrique « La France dans le tourisme mondial », site de l'ODIT France (Observation, Développement et Ingénierie Touristiques) : www.odit-france.fr/La_France_dans_le_tourisme_mon.407.0.html (juin 2008).

⁸ « Mémento du Tourisme 2007 », site de la Direction du Tourisme du gouvernement français : www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/stat/memento/att00017247/1_definition.pdf (fichier au format Pdf: p.10-11), (juin 2008).

⁹ « Rajahaastattelutkimus: osa 18: ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2005: 1.1-31.12.2005 », site de l'Office National du Tourisme de Finlande : [www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/Rajahaastattelutkimus_osa_18?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(pages)/Rajahaastattelutkimus_osa_18?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30) (fichier au format Pdf : p.14), (juin 2008).

pour cent de 2004 à 2005. Au total, 110 000 Français ont visité le pays en 2005.¹⁰ Cette même année, les hôtels ont enregistré 230 976 nuitées des touristes français. Ce chiffre place la France en 5^{ème} position (même devant les États-Unis) dans les statistiques des nuitées des étrangers dans les établissements d'hébergement finlandais.¹¹

Près de la moitié des touristes français ont séjourné en Finlande de 4 à 15 jours. 38 pour cent des Français ne sont restés que de 1 à 3 nuits. En moyenne, les Français ont passé 7,9 nuits en Finlande. Plus de la moitié des Français se sont installés dans les hôtels pendant leur séjour et un cinquième chez des amis ou membres de la famille.¹²

Les Français ont dépensé 46 millions d'euros en Finlande en 2005. Ce sont les touristes d'affaires qui ont dépensé le plus d'argent. En moyenne, le touriste français a consommé 47 euros par jour et 419 euros pendant tout son séjour en Finlande. 44 pour cent des Français ont participé à des activités spécifiques dont les plus populaires étaient les safaris à motoneige. Helsinki était la principale destination de voyage pour 39 pour cent des Français et la Laponie pour 15 pour cent des Français.¹³

Selon les statistiques de 2005, les monuments et les sites les plus visités de Finlande se trouvent principalement à Helsinki : le parc d'attractions de Linnanmäki, la forteresse maritime de Suomenlinna, l'église taillée dans le roc de Temppeliaukio, la cathédrale Ouspenski et le zoo de Korkeasaari. En outre, le parc d'attractions de Särkänniemi à Tampere se range aussi parmi les sites touristiques les plus populaires. Ces six sites ont attiré chacun plus d'un demi-million de touristes.¹⁴

1.3 Terminologie

Dans le cadre de cette étude, nous analyserons les brochures touristiques d'un point de vue linguistique. Comme nous avons déjà dit, nous nous concentrerons sur les adjectifs et leurs catégorisations. Un adjectif peut avoir plusieurs sens selon le contexte où il apparaît. C'est pourquoi nous analyserons chaque attestation d'un adjectif à part.

¹⁰ « Rajahaastattelututkimus » (p.92), (juin 2008).

¹¹ « Nuitées des étrangers dans les établissements d'hébergement », site du Centre national de la statistique en Finlande : www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_liikenne_fr.html (juin 2008).

¹² « Rajahaastattelututkimus » (p.92), (juin 2008).

¹³ « Rajahaastattelututkimus » (p.92), (juin 2008).

¹⁴ « Matkailukohteiden kävijämäärät 2005 », site de l'Office National du Tourisme de Finlande : [http://mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/Tutkimukset](http://mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(pages)/Tutkimukset) (fichier au format Pdf : p.12), (juin 2008).

De la même manière, nous prendrons en compte le contexte général du vocabulaire du corpus. Il est évident que les brochures touristiques constituent leur propre genre de texte. Au lieu d'offrir uniquement des informations sur les destinations du pays, les brochures touristiques essaient également d'attirer des touristes en Finlande. Cet aspect est toujours présent dans les textes du corpus.

Depuis le début de cette étude, nous avons appelé les ouvrages imprimés qui constituent le corpus du travail les brochures touristiques. Nous trouvons que le mot brochure caractérise bien les documents du travail. Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* la brochure veut dire un « petit ouvrage imprimé et broché » (Robert, 1996 : 265). Nos brochures ne sont pourtant pas petites. Une brochure peut contenir même une soixantaine de pages¹⁵. Il faut remarquer que les brochures de ce travail ne contiennent pas uniquement des textes mais également des images et des cartes sur la Finlande.

Dans le domaine du tourisme, on peut aussi entendre parler des publicités touristiques. Selon les dictionnaires le mot publicité est étroitement lié au vocabulaire du commerce. Par exemple, le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* mentionne *les publicités de marques* qui ont pour but de faire connaître des marques et de produire des images des marques (Robert, 1996 : 1818). Nous supposons que ce sont surtout les agences de voyages qui utilisent des publicités touristiques pour promouvoir les ventes. Le mot publicité a donc une nuance très commerciale et c'est pourquoi nous évitons de l'utiliser. Les documents de notre corpus sont également assez informatifs ce qui justifie l'emploi du mot brochure.

En général, nous voudrions garder une attitude objective envers le vocabulaire que nous utiliserons. Pour cette raison, nous avons décidé d'appeler par exemple les auteurs des brochures touristiques du corpus tout simplement des rédacteurs.

1.4 Quelques mot sur la Finlande en tant que pays touristique

Les brochures de la saison hivernale, intitulés *Finlande-rêves d'hiver*, ont pour thème les spécialités de la Laponie. Elles décrivent les différentes activités qui sont liées à la

¹⁵ Par exemple, la brochure *Finlande –rêves d'hiver 2005-2006* contient 63 pages.

neige et à la nature du Nord de la Finlande. Elles présentent, également, les principales stations de ski du pays et expliquent bien les phénomènes de l'hiver nordique, entre autres, les aurores boréales. Par contre, les brochures de la saison estivale se concentrent davantage sur les différentes villes du pays. Elles décrivent aussi le peuple et sa façon de vivre, ce qui justifie le nom de la série : *Finlande-un art de vivre*.

La Finlande présente un cadre naturel très particulier avec ses nombreux lacs et vastes forêts. Les professionnels du marketing ont aussi profité de cette caractéristique du pays pour développer le tourisme « nature », également appelé écotourisme. Ce secteur bénéficie du plus fort taux de croissance au sein du domaine du tourisme en Europe. Les régions les plus favorables pour ce type de tourisme sont le Nord avec la Laponie et l'Est avec ses lacs.¹⁶ Il est évident que les rédacteurs ont tenu compte de l'attrait de la nature. Probablement, la nature sera aussi l'un des principaux thèmes des brochures de notre corpus.

La Finlande est admirée à cause de la beauté de sa nature. Les touristes viennent visiter la Laponie pendant toute l'année pour faire l'expérience des particularités comme les nuits polaires et le soleil de minuit. C'est également en Laponie où se trouve le lieu de résidence du Père Noël et le berceau de la culture sâme. Les Sâme sont le peuple installé le plus au nord de l'Europe et la seule communauté indigène des pays nordiques. Les Sâme vivent toujours très proche de la nature en élevant des rennes. Ils ont ainsi développé une culture forte et originale. Les Sâme se distinguent notamment par les costumes colorés dont ils s'habillent¹⁷.

Selon Vuoristo l'image de la Finlande comme destination touristique est, le plus souvent, construit autour du thème du Père Noël, de la culture sâme et de l'héritage culturel orthodoxe (Vuoristo, 1998 : 71). Sur le plan international, le Kalevala, l'épopée nationale finlandaise, est aussi assez souvent présenté pour illustrer l'histoire du pays. Selon Vuoristo certaines autres caractéristiques pourraient également attirer plus d'attention. Pour en donner des exemples, il mentionne l'architecture moderne finlandaise et les nombreux événements musicaux du pays (Vuoristo, 1998 : 71).

¹⁶ « Le tourisme en Finlande », site de l'Ambassade de France en Finlande : www.missioneco.org/Finlande/documents_new.asp?V=3_PDF_142925 (fichier au format Pdf: p.2), (juin 2008).

¹⁷ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 3.

En outre, la Finlande est réputée pour les conférences et congrès internationaux. En 2006, près de 500 congrès ont eu lieu dans ce pays. Ces événements ont rassemblé au total 86 000 personnes. Parmi tous les visiteurs étrangers, plus d'un quart est venu en Finlande dans le cadre du tourisme d'affaires. Selon les statistiques de l'Union of International Associations (UIA) la Finlande occupait la 8^{ème} position dans le classement des pays organisateurs de congrès et de séminaires dans le monde.¹⁸

Dans l'avenir, la Finlande envisage d'avoir une hausse des revenus du tourisme. En 2006, le Ministère du Commerce et de l'Industrie du pays a, pour la première fois, publié son plan de stratégie pour le secteur du tourisme. Dans les quatre années suivantes, l'objectif est de porter les revenus du tourisme de 2,4% à 3% du produit intérieur brut. Avant tout, le pays veut accueillir de plus en plus de visiteurs étrangers qui apportent de l'argent. L'objectif quantitatif jusqu'en 2010 est d'envisager 7 millions de nuitées enregistrées pour les entrées internationales, soit 2,5 milliards d'euros. L'Office National du Tourisme de Finlande (MEK) se charge du marketing du secteur. A ces fins, il dispose d'un budget de marketing de 8 millions d'euros.¹⁹

2.Adjectif

2. 1 Définition de l'adjectif

En français, l'adjectif est un mot qui varie en genre et en nombre mais il ne possède pas par lui-même de genre. Ce dernier est déterminé par le terme auquel il se rapporte. De fait, l'adjectif dépend toujours d'un autre terme de la phrase (généralement nominal ou pronominal) avec lequel il est mis en relation (Riegel et al., 1994 : 355). L'adjectif marque surtout une relation. En règle générale, il qualifie ou détermine un nom (un substantif) (Arrivé et al., 1983 : 190).

Les adjectifs peuvent être simples (un seul mot) ou composés. Les adjectifs composés sont formés de plusieurs mots qui sont unis par un trait d'union et qui équivalent à un seul adjectif (Grevisse, 1993 : 820). Les adjectifs composés peuvent être formés de deux adjectifs variables (*aigre-doux*) ou d'un adjectif invariable à valeur adverbiale suivi d'un adjectif variable (*nouveau-né*) (Riegel et al., 1994 : 357).

¹⁸ « Le tourisme en Finlande » (p.3-4), (juin 2008).

¹⁹ « Le plan de stratégie du tourisme en Finlande », site animé par le département de la Stratégie de la direction du Tourisme, édité par le Ministère délégué au Tourisme du gouvernement français : www.veilleinfotourisme.fr/1152604689321/0/fiche___article/ , (juin 2008).

Sémantiquement, les adjectifs sont donc des mots qui servent à caractériser un substantif (une personne ou une chose) sous le rapport de la qualité. Cependant, il faut remarquer que l'adjectif n'est pas la seule manière pour exprimer la qualité d'une chose. En français, on peut caractériser une chose aussi par exemple par 1) un substantif postposé au terme qu'il détermine (événements *culture* et *sports*²⁰), par 2) un complément adnominal (La Finlande est un pays à *visage humain*²¹) ou par 3) une proposition relative (Il y a 187 000 lacs, pour la plupart très poissonneux et *dont l'eau est potable*²²) (Wagner et al., 1991 : 129-130).

2.2 Types d'adjectifs

Les grammaires traditionnelles (par exemple Wagner et al., 1991) regroupent sous la même catégorie les adjectifs et les déterminants parfois appelés *les adjectifs déterminatifs* (Riegel et al. 1994 : 355). Parmi *les adjectifs déterminatifs* (appelés aussi *les adjectifs non-qualificatifs*) on classe souvent les démonstratifs, les possessifs, les numéraux, les interrogatifs-exclamatifs, les relatifs et les indéfinis (Arrivé et al., 1986 : 33). Ils ont en commun avec les adjectifs de s'accorder avec le nom mais leur fonction dans la phrase est différente. Contrairement à l'adjectif, le déterminant ne peut pas être attribut. En outre, le déterminant est nécessaire pour que la phrase soit régulière (Grevisse et al. , 1989 : 165). Dans cette étude, on laissera les déterminants de côté.

Selon Riegel et al. il faut diviser les adjectifs en deux groupes différents : *les adjectifs qualificatifs* et *les adjectifs relationnels* (Riegel et al., 1994 : 355-357). Grevisse et al. définissent également le groupe des *adjectifs verbaux* (Grevisse et al., 1989 : 150). Nous considérons ces trois groupes comme de vrais adjectifs dans cette recherche²³.

2.3 Adjectif qualificatif

L'adjectif peut être défini du point de vue sémantique ou syntaxique. Dans cette étude, nous nous concentrerons sur la définition sémantique. Pourtant, nous mentionnons quelques aspects syntaxiques des adjectifs car la classe des adjectifs, surtout, celle des *qualificatifs* est définie par un ensemble de propriétés syntaxiques. *L'adjectif qualificatif*

²⁰ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 18.

²¹ *Finlande : un art de vivre 2003* : 2.

²² *Finlande : un art de vivre 2003* : 15.

²³ Il faut se rappeler que nous incluons dans cette analyse *les adjectifs verbaux* qui se terminent par *-ant* ou *-ent* (voir le chapitre 1.1).

peut servir d'attribut du sujet (L'histoire de la Finlande est pourtant très *particulière*²⁴) ou de l'objet (Une chose est sûre, la Finlande et les Finlandais ne vous laisseront pas *indifférents*²⁵), d'épithète (Nous avons concocté quelques itinéraires *intéressants* et *beaux* pour vous permettre de découvrir la Finlande de votre propre chef²⁶) ou d'apposition (Vous passerez des vacances dynamiques dans la région de Kuopio : *très enneigée*, celle-ci vous propose un séjour réussi²⁷) (Riegel et al., 1994 : 355).

Les adjectifs qualificatifs indiquent des caractéristiques essentielles ou contingentes (un homme *irascible/furieux*) du terme auquel ils se rapportent (Riegel et al., 1994 : 355-356). Sur le plan sémantique, ils caractérisent des personnes ou des choses en leur donnant, par exemple, une propriété ou une qualité de l'être. Ces qualités peuvent être par exemple la couleur, la forme, la manière d'être, etc. (Dubois et al., 1973 :105). En outre, il est caractéristique de l'adjectif qualificatif qu'il peut varier aussi en degré d'*intensité* (La soupe est un peu/assez/ très/trop *chaude*) qu'en degré de *comparaison* (La soupe est plus/moins/aussi *chaude* que le café) (Riegel et al. 1994 : 361).

Quant au degré d'intensité, Riegel et al. distinguent trois degrés : faible, moyen et élevé qui s'expriment par différents moyens. L'intensité peut être exprimée, entre autres, par des adverbes (*assez, très*), des préfixes (*supergrand*), des suffixes (*grandissime*), des expressions idiomatiques compléments de l'adjectif (*fou à lier*) ou la répétition sans pause (*un monde fou fou*) (Riegel et al., 1994 : 361-363). Les adjectifs qualificatifs ont souvent un correspondant nominal (*sot-sottise*) et ils sont utilisés comme adverbes avec la terminaison *-ment* (*fier, fièrement*) (Riegel et al., 1994 : 356).

2.4 Adjectif relationnel

Les adjectifs relationnels indiquent les relations du nom avec d'autres éléments (Arrivé et al., 1986 : 33). Ils peuvent souvent être remplacé par un groupe prépositionnel (l'élection *présidentielle* ↔ l'élection du président). De plus, ils sont syntaxiquement plus limités que les adjectifs qualificatifs.

²⁴ Finlande : un art de vivre 2003 : 4.

²⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 3.

²⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : supplement itineraries : 2.

²⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 27.

Selon Maingueneau, les adjectifs relationnels ne peuvent pas servir d'attribut (*la carte est *géographique*) (Maingueneau, 1991 : 52). Riegel et al. remarquent qu'ils peuvent quand même fonctionner comme attributs en emploi contrastif (Ce parc n'est pas *national*, mais *régional*) (Riegel et al., 1994 : 357). Les adjectifs relationnels ne sont pas spécifiés en degré (*un jardin très *zoologique*). Ils ne peuvent être employés qu'en fonction d'épithète et ils sont toujours postposés au nom (Maingueneau, 1991 : 52).

2.5 Adjectif verbal

L'*adjectif verbal* est un participe employé comme un adjectif (une nouvelle *étonnante*) (Grévisse et al., 1989 : 150). Par exemple, un participe avec la terminaison –*ant* devient facilement un vrai adjectif, adjectif verbal (participe *convainquant*, adjectif *convaincant*). Comme tout adjectif, il s'accorde avec le nom qu'il détermine. Il exprime un état durable ou une qualité permanente d'une chose (Arrivé et al., 1983 : 376).

Dans l'usage, l'adjectif verbal a souvent une valeur active. Cependant, il peut avoir une valeur passive (une couleur *voyante*) ou factitive (une odeur *suffocante*). Dans certains cas, l'adjectif verbal s'applique au lieu ou au moment où se déroule l'action (une soirée *dansante*). En outre, l'adjectif verbal a parfois le sens du verbe employé pronominalement (un homme bien *portant* est un homme qui se porte bien) (Arrivé et al., 1986 : 473).

2.5.1 Participe présent

Selon Arrivé et al., il faut faire une distinction entre l'adjectif verbal et le *participe présent*. Quand ce dernier perd la possibilité d'avoir, à la manière d'un verbe, des compléments, il passe entièrement dans la classe de l'adjectif et prend le nom d'adjectif verbal. Il s'accorde alors en nombre et en genre, varie aussi bien en degré d'intensité qu'en degré de comparaison. Par exemple, on opposera 'Une maison *accueillant* les voyageurs de passage' (participe présent) à 'Cette maison est très *accueillante*' (adjectif verbal) (Arrivé et al., 1986 : 472).

Le participe présent et l'adjectif verbal s'opposent donc par leur forme. Le premier est toujours invariable alors que le second s'accorde en genre et en nombre avec le nom auquel il se rapporte (Riegel et al., 1994 : 341). Il faut remarquer que dans un certain

nombre de cas on distingue par l'orthographe le participe présent (*convainquant*) et l'adjectif verbal (*convaincant*) (Dubois et al., 1973 : 205).

Du point de vue sémantique, le participe présent met l'accent sur le caractère concret et momentané du procès qui est en train de s'accomplir (Wagner et al., 1991 : 338). L'adjectif verbal, par contre, exprime un état, une qualité plus ou moins permanente, sans délimitation de la durée (Grévisse et al., 1989 : 285).

2.5.2 Participe passé

Tout comme le participe présent, *le participe passé* possède des valeurs adjectivales. Il peut jouer le rôle d'un adjectif qualificatif. Dans cet usage, il est employé sans auxiliaire dans les fonctions de l'épithète du nom, de l'apposition, de l'attribut d'un complément d'objet direct ou de l'attribut du sujet. Le participe passé à valeur adjectivale correspond à une relative qui contient une forme comportant l'auxiliaire *être*. Alors, il peut s'agir là d'un temps composé actif formé avec *être* (Des manifestants *venus* de tout le pays = qui sont venus), d'un temps simple passif d'un verbe transitif (Les candidats *admis* = qui sont admis) ou même d'un verbe pronominal (L'enfant *endormi* ↔ qui s'est endormi) (Riegel et al., 1994 : 343).

À cause de la grande quantité des adjectifs verbaux dans les brochures touristiques du corpus nous avons dû exclure les participes passés de cette étude. Comme nous avons déjà dit, notre analyse portera uniquement sur les adjectifs verbaux qui se terminent par *-ant* ou *-ent* (la vision la plus *impressionnante* de la côte nord du Golfe de Finlande est celle des îles fortifiées de Suomenlinna-Sveaborg²⁸).

3. Catégorisation des adjectifs

3.1 Opposition objectif-sujetif

Catherine Kerbrat-Orecchioni étudie les traits caractéristiques des adjectifs dans son ouvrage *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. (Kerbrat-Orecchioni, 1999). Elle divise les adjectifs en deux grands groupes, *objectifs* et *subjectifs*. Selon elle, cette opposition est cruciale. Pourtant, « *l'axe d'opposition objectif/subjectif n'est pas dichotomique, mais graduel* »²⁹ (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 81). Un adjectif peut

²⁸ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 22.

²⁹ en italique dans l'original

appartenir à plusieurs classes de subjectivité, les limites entre les catégories n'étant pas strictes. Il est possible que les adjectifs à l'intérieur d'un même groupe soient chargés d'une dose plus ou moins forte de subjectivité. Sur l'axe objectif-subjectif, l'adjectif de couleur *jaune* est plus subjectif que l'adjectif *célibataire* (voir tableau 1, ci-dessous) même si ces deux adjectifs figurent dans la même catégorie des adjectifs objectifs. De cette manière, les adjectifs subjectifs *petit,e* et *bon,ne* ne sont non plus chargés de la même dose de subjectivité (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 81).

En règle générale, certains adjectifs impliquent les choses d'une manière plus forte que les autres. Autrement dit, les adjectifs subjectifs marquent l'opinion d'un locuteur plus fortement que les adjectifs objectifs. Le tableau suivant illustre bien cette opposition graduelle objective-subjective (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 81) :

Tableau 1.

Objectif		Subjectif	
<i>célibataire</i>	<i>jaune</i>	<i>petit,e</i>	<i>bon,ne</i>

Nous supposons que le langage des brochures touristiques est marquée par l'abondance d'adjectifs subjectifs. Le but des professionnels du marketing est de vendre un produit, un service touristique, à un certain public bien destiné par le biais du vocabulaire plus ou moins positif. Les régions qui n'ont pas de véritable attraction touristique doivent trouver des termes colorés pour décrire leurs sites. Bien que notre analyse porte essentiellement sur les adjectifs subjectifs, nous tiendrons compte aussi des adjectifs objectifs du corpus. Kerbrat-Orecchioni constate que sa théorie n'est pas une analyse fine du système sémantique des adjectifs. Elle propose simplement de montrer qu'il convient de distinguer plusieurs catégories d'adjectifs subjectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94) :

Tableau 2.

Adjectifs		
Subjectifs		
Affectifs <i>poignant,</i> <i>drôle,</i> <i>pathétique</i>	Évaluatifs	
	non axiologiques	axiologiques ³⁰
	<i>grand,</i> <i>loin,</i> <i>chaud,</i> <i>nombreux</i>	<i>bon,</i> <i>beau,</i> <i>bien</i>

3.2 Adjectifs objectifs

Dans sa théorie Kerbrat-Orecchioni se concentre sur les différentes classes subjectives et parle très peu des adjectifs objectifs. Elle se contente de mentionner que les adjectifs objectifs déterminent les entités dont la signification ne peut pas être niée, par exemple, la situation familiale (*célibataire, marié*) et le sexe (*mâle, femelle*) (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94). Le sens de ces adjectifs est incontestable. Un individu est soit homme soit femme, il est marié ou non, jamais quelque chose entre les deux termes. Kerbrat-Orecchioni regroupe aussi les adjectifs de couleur dans la catégorie des adjectifs objectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94) :

Tableau 3.

Adjectifs
Objectifs
célibataire / marié
mâle / femelle
adjectifs de couleur

En général, les éléments sémantiques objectifs reflètent les propriétés de l'objet (Stati, 1979 : 12). On utilise les adjectifs objectifs dans le discours qui ne supporte pas

³⁰ L'adjectif *axiologique* est dérivé du substantif *axiologie* qui veut dire une « science et théorie des valeurs morales » (Robert, 1996 : 176).

l'interprétation, par exemple dans les énoncés lexicographiques tels que les définitions de dictionnaires (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 95).

Selon Maingueneau le caractère 'objectif' d'un adjectif, si on le définit par rapport à l'acte de l'énonciation, peut être défini ainsi : « les propriétés 'être bleu', 'être rond', etc. sont définissables *indépendamment de toute énonciation particulière*³¹ et permettent de délimiter des classes (les livres *bleus* constituent un sous-ensemble des livres) » (Maingueneau, 1993 : 123). Par contre, Maingueneau affirme que « les adjectifs subjectifs ne s'interprètent qu'à l'intérieur de l'énonciation singulière dans laquelle ils figurent : la classe des objets 'poignants', 'beaux', 'charmants'...ne préexiste pas à l'acte de l'énonciation ; ne sont 'poignants', 'beaux', 'charmants'...que les objets dits tels par l'énonciateur au moment où il s'exprime » (Maingueneau, 1993 : 123).

Selon Maingueneau les adjectifs objectifs ont une fonction descriptive. Par exemple, dans la phrase *Jean est blond*, c'est l'adjectif *blond* qui range Jean dans la classe des individus blonds. En revanche, les adjectifs subjectifs renvoient à un jugement personnel de l'énonciateur (par exemple *Jean est beau*). De la proposition, *Jean est blond* il est plus facile de dire si elle est vraie ou fausse, sauf situation très particulière, que de la proposition *Jean est beau* (Maingueneau, 1993 : 122).

Littéralement, le mot *objectif* peut être défini de la manière suivante : « Qui fait référence à la réalité extérieure indépendante des consciences » (TLF 12 : 335).

3.3 Adjectifs subjectifs

Contrairement aux adjectifs objectifs, les adjectifs subjectifs impliquent immédiatement l'opinion de celui qui parle. Les éléments sémantiques subjectifs reflètent donc l'attitude des locuteurs à l'égard des objets (Stati, 1979 : 12). Selon Kerbrat-Orecchioni, les adjectifs subjectifs diffèrent des adjectifs objectifs de la manière suivante. L'expression de la subjectivité a deux propriétés caractéristiques. Premièrement, le sens lexical des adjectifs subjectifs est flou alors que celui des termes objectifs est net. L'appartenance d'un élément *x* à la classe des objets jaunes est admise plus unanimement et peut se vérifier aussi plus facilement que son appartenance à la classe des beaux objets.

³¹ en italique dans l'original

Deuxièmement, la valeur informative des termes subjectifs dans la situation de communication est plus grande que celle des termes objectifs. Dans la situation de communication, l'information sur celui qui parle s'ajoute à l'information sur ce dont on parle (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 80-81).

Kerbrat-Orecchioni divise les adjectifs subjectifs en *adjectifs affectifs* et en *adjectifs évaluatifs*. La différence entre ces deux groupes est le fait que les adjectifs affectifs énoncent une réaction émotionnelle du sujet (par exemple, 'un spectacle *poignant*') tandis que les adjectifs évaluatifs portent sur l'objet qu'ils qualifient un jugement de valeur ('cet arbre est *beau*') (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94-96, 102-103).

Selon la définition du terme, ce qui est *subjectif* « ne correspond pas à une réalité, à un objet extérieur, mais à une disposition particulière du sujet qui perçoit » ou « qui relève de l'expérience interne » (TLF 15 : 1010).

3.3.1 Adjectifs affectifs

Les adjectifs affectifs (la *pauvre* victime) énoncent, en même temps, deux choses différentes : ils reflètent aussi bien le caractère réel de l'objet que le caractère individuel (réaction émotionnelle) que le locuteur donne à cet objet (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 95). À cause de cet engagement émotionnel du sujet, les adjectifs affectifs sont considérés comme les plus subjectifs des adjectifs.

L'affectivité d'un adjectif peut être inhérente mais elle peut dépendre aussi d'un signifiant prosodique, typographique ou syntaxique particulier. Par exemple, l'antéposition d'un adjectif le charge souvent d'affectivité : « la *pauvre* victime » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 95-96). Comme les adjectifs affectifs impliquent une subjectivité très forte, leur utilisation est exclue dans certains types de discours qui prétendent à l'objectivité. Par exemple, le style procédural n'accepte pas d'expressions telles que 'la pauvre victime', 'un spectacle poignant' et 'le cruel assassin'. De même, de nos jours, les dictionnaires ne contiennent pas de définitions comme 'ces malheureux esclaves' pour désigner le mot 'nègre' (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 95).

3.3.2 Adjectifs évaluatifs

Kerbrat-Orecchioni divise les adjectifs évaluatifs en *adjectifs axiologiques* et en *adjectifs non axiologiques*. Les adjectifs évaluatifs sont donc connus pour la connotation axiologique qu'ils peuvent avoir (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94).

Quant à tous les adjectifs évaluatifs, il est important de noter que tout jugement de valeur s'appuie sur la compétence culturelle et idéologique du locuteur (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 106). Louis Hjelmslev parle de ce même phénomène. Selon lui, la subjectivité culturelle n'est pas évidente seulement dans les 'termes d'appréciation immédiate' comme *bon* et *mauvais* et *beau* et *laid*, mais que la connotation sémantique varie aussi dans des mots comme *éléphant* et *maison* (Hjelmslev, 1959 : 109).

3.3.2.1 Adjectifs axiologiques

Les adjectifs évaluatifs axiologiques sont des adjectifs qui portent sur l'objet qu'ils qualifient un jugement de valeur, positif ou négatif (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 102). Les adjectifs *bon* et *beau* sont des exemples des adjectifs typiquement axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94).

Selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs évaluatifs axiologiques sont « doublement subjectifs » : premièrement, « leur usage varie [...] avec la nature particulière du sujet d'énonciation dont ils reflètent la compétence idéologique », et deuxièmement, ce qui les distingue des adjectifs non axiologiques, c'est qu'ils « manifestent de la part de L [locuteur] une prise de position en faveur ou à l'encontre de l'objet dénoté » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 102). Nous supposons que les adjectifs axiologiques sont fréquents dans les brochures touristiques. Kerbrat-Orecchioni divise les adjectifs en intrinsèquement axiologiques (de type *bon*, *beau*, *bien*) et en occasionnellement axiologiques qui ne le sont que dans certain contexte (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 103).

3.3.2.2 Adjectifs non axiologiques

Les adjectifs évaluatifs non axiologiques expriment une évaluation qualitative ou quantitative de l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent. Cette évaluation se produit sans jugement de valeur et engagement affectif du locuteur (*grand*, *loin*, *chaud*, *nombreux*) (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94, 96-97).

Les adjectifs évaluatifs non axiologiques déterminent l'objet aussi bien par rapport à leur propre catégorie que par rapport à la manière du locuteur de comprendre les normes d'évaluation en question. Ainsi, la norme d'évaluation est *doublement* relative. D'une part, on peut considérer, par exemple, qu'*un petit éléphant* est petit par rapport aux autres individus de la même catégorie, celle des grands éléphants. D'autre part, le fait qu'on considère une montagne comme « haute », dépend de l'idée qu'on se fait de la hauteur des montagnes (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 97-98).

Les adjectifs non axiologiques sont graduables (« la route est assez large, très large, plus large que la maison ») et ils peuvent être utilisés en structure exclamative (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96). Comme les adjectifs non axiologiques ne manifestent pas de réaction en faveur ou à l'encontre de l'objet dénoté, ils sont moins subjectifs que les adjectifs axiologiques. C'est pourquoi les adjectifs non axiologiques (comme *grand* ou *froid*) peuvent apparaître dans les énoncés à prétention scientifique alors que les adjectifs axiologiques (comme *beau*) ne peuvent pas le faire. Une autre preuve du fait que les adjectifs non axiologiques sont moins subjectifs que les adjectifs axiologiques est que, en général, il est plus facile de se mettre d'accord sur ce qui est la norme de grandeur ou de froideur que sur ce qui est la norme de beauté (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 103).

4. Analyse

4.1 Adjectifs objectifs

Dans ce travail nous suivons la théorie de Kerbrat-Orecchioni pour étudier les adjectifs objectifs. Nous utiliserons les mêmes critères que cette linguiste pour l'analyse des adjectifs objectifs. Généralement, il est assez facile de distinguer les adjectifs objectifs qui déterminent les entités dont la signification ne peut pas être niée (voir le chapitre 3.2).

Certains adjectifs posent quand même des problèmes. Les adjectifs de couleur pourraient être regroupés dans certains contextes sous les adjectifs subjectifs. Par exemple, l'adjectif *verte* ajoute à son objet une nuance positive quand il désigne les idées écologiques. Dans ces cas-là, on ne pense pas à la couleur 'verte' mais à l'idéologie à laquelle on a donné la couleur de la nature :

Helsinki est une ville *verte*³², Tampere, une ville *bleue et verte*³³

Selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs de couleur sont sûrement moins « objectifs » que les deux autres séries de l'exemple : *célibataire/ marié* et *mâle/femelle* (Kerbrat-Orecchioni 1999 : 94).

En outre, nous avons ajouté aux adjectifs objectifs de Kerbrat-Orecchioni des groupes supplémentaires pour affiner la recherche. Nous divisons les adjectifs objectifs de notre corpus en *adjectifs relationnels*, *adjectifs de référence temporelle*, *adjectifs spatiaux* et *adjectifs relatifs aux couleurs*. Nous catégorisons les adjectifs objectifs aussi en groupes thématiques pour mettre en évidence les sujets principaux des brochures touristiques.

Nous n'avons inclus dans le groupe objectif que les adjectifs qui déterminent la qualité totale d'une propriété. Par exemple, il serait exceptionnel de dire qu'une ville soit un peu *lumineuse* ou qu'un bâtiment soit partiellement *construit*. Il faut que l'activité ou la propriété existe ou n'existe pas.

4.1.1 Adjectifs relationnels

Nous avons déjà étudié la fonction des *adjectifs relationnels* en langue française dans le chapitre 2.4. Dans cette partie de la recherche, nous nous concentrons sur leurs caractéristiques. Certains grammairiens appellent les adjectifs relationnels aussi *les adjectifs de relation* mais nous nous contentons d'utiliser le terme cité en premier lieu.

L'adjectif relationnel peut être le seul élément adjectival de son syntagme nominal ou il peut être qualifié par un autre adjectif ou même par un autre adjectif relationnel.

4.1.1.1 Nature

La nature est un thème très fréquent dans les brochures touristiques. Nous avons placé dans cette catégorie les adjectifs qui décrivent la nature (par exemple, collines *boisées*³⁴) et les adjectifs qui sont liés aux termes de sciences naturelles (centre *écologique*³⁵). Les adjectifs qui déterminent les 'services naturels' appartiennent aussi à ce groupe. Il s'agit

³² *Finlande : un art de vivre 2003* : 19.

³³ *Finlande : un art de vivre 2003* : 27.

³⁴ *Finlande : un art de vivre 2005* : 45.

³⁵ *Finlande : un art de vivre 2004* : 34.

là des moyens qui permettent aux touristes de découvrir la nature (Parc *Naturel* de Karkali³⁶). Les adjectifs qui déterminent les espèces animales se trouvent également dans ce groupe (vaches *laitières*³⁷) :

la plus grande région *lacustre* d'Europe qu'est le secteur du Lac Saimaa³⁸, paysages *naturels* spectaculaires³⁹, ressources *ornithologiques*⁴⁰, paysages *forestiers* enneigés⁴¹, parc *national* de Pyhä⁴², belvédère *panoramique*⁴³, Musée *Zoologique*⁴⁴, talus *sablonneux* de Punkaharju⁴⁵, paysages *champêtres* traditionnels⁴⁶, zone *marécageuse*⁴⁷, crêtes *morainiques* de Salpausselkä⁴⁸

En outre, les adjectifs relationnels qui décrivent la mer ou les éléments aquatiques font partie de ce groupe. L'adjectif *maritime* apparaît 36 fois dans les brochures touristiques :

paysages *maritimes* de l'île de Reposaari⁴⁹, Suomenlinna [...] une des plus grandes forteresses *maritimes* du monde⁵⁰, Helsinki, ville *maritime*⁵¹, charmant village *marin* de Tammio⁵²

Au total, nous avons trouvé 381 attestations d'adjectifs relationnels liés au thème de la nature. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *naturel,le* (68 occurrences) et *national,e* (66 occurrences).

³⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 14.

³⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 44.

³⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 27.

³⁹ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 42.

⁴⁰ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 22.

⁴¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 27.

⁴² Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 31.

⁴³ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 37.

⁴⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 22.

⁴⁵ Finlande : un art de vivre 2004 : 27.

⁴⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 25.

⁴⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 33.

⁴⁸ Finlande : un art de vivre 2003 : 26.

⁴⁹ Finlande : un art de vivre 2005 : 20.

⁵⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 13.

⁵¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 47.

⁵² Finlande : un art de vivre 2005 : 46.

4.1.1.2 Vie sociale et économique

En outre, les adjectifs variés de la vie quotidienne (comme par exemple *culturel*, *touristique*, *sportif* et *industriel*) se situent aussi dans la catégorie des adjectifs relationnels :

ressource *économique*⁵³, activités *culturelles*⁵⁴, tradition d'accueil *touristique*⁵⁵, événements *sportifs*⁵⁶, Ivalo est le centre *administratif* de la commune d'Inari⁵⁷, stylisme *industriel* finlandais⁵⁸, Oulu [...] une ville *universitaire*⁵⁹, Helsinki [...] une des capitales *culturelles* européennes⁶⁰, la vieille ville de Porvoo [...] un milieu *urbain* historique unique en son genre⁶¹

Nous avons rencontré, au total, 565 attestations d'adjectifs relationnels liés au thème de la vie sociale et économique. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *culturel,le* (66 occurrences) et *touristique* (62 occurrences).

4.1.1.3 Adjectifs relatifs aux lieux ou aux espaces

Nous avons déjà constaté que les adjectifs relationnels se concentrent souvent sur les thèmes de la nature et de la vie sociale et économique. Dans ce troisième groupe, nous pourrions voir qu'on peut utiliser des adjectifs relationnels également pour définir des lieux ou des espaces. Il est évident que les rédacteurs mentionnent constamment les noms des différents sites touristiques qui peuvent intéresser des gens. Par exemple, les brochures touristiques du corpus parlent des régions *côtières* et des zones *portuaires*. Elles présentent également, entre autres, des musées *provinciaux* et des parcs *régionaux*.

Les quatre adjectifs différents que nous avons cités là-dessus sont de bons exemples des adjectifs relationnels qui définissent des lieux ou des espaces. Chacun de ces adjectifs *côtier,e*, *portuaire*, *provincial,e* et *régional,e* nous paraît familier d'une certaine manière. Nous pouvons remarquer que ces adjectifs ont été formés à partir des substantifs

⁵³ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 6.

⁵⁴ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 45.

⁵⁵ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 28.

⁵⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 46.

⁵⁷ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 25.

⁵⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 13.

⁵⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 22.

⁶⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 18.

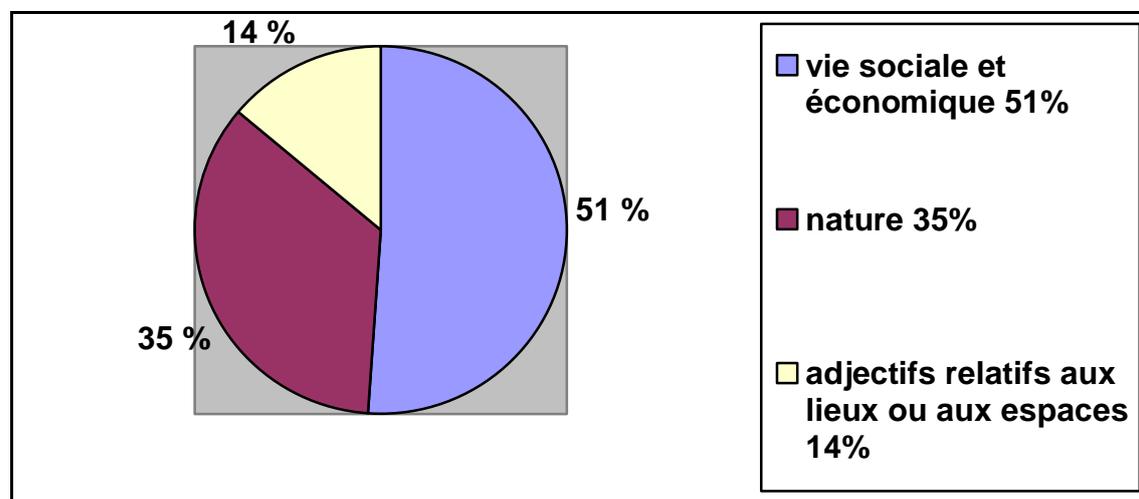
⁶¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 20.

correspondants (*côte>côtier,e, port>portuaire, province>provincial,e et région>régional,e*).

Nous avons rencontré au total 157 attestations d'adjectifs relationnels relatifs aux lieux ou aux espaces. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *polaire* (60 occurrences), *arctique* (28 occurrences), *mondial,e* (26 occurrences), *côtier,-ère* (15 occurrences), *régional,e* (12 occurrences) et *portuaire* (5 occurrences) :

régions *polaires*⁶², univers *polaire*⁶³, environnement *polaire*⁶⁴, Suomu est situé sur le Cercle *Polaire*⁶⁵, Mourmansk, la plus grande ville de la zone *arctique*⁶⁶, Rovaniemi, ville *arctique*⁶⁷, Rovaniemi est [...] la capitale *mondiale* de Noël⁶⁸, la vue de la vieille ville de Rauma, inscrite au Patrimoine *Mondial* de l'UNESCO⁶⁹, le Rauma d'aujourd'hui [...] ville *côtière*⁷⁰, Jyväskylä, la métropole *régionale*, est un centre de congrès bénéficiant d'une réputation internationale⁷¹, ville *portuaire*, Vaasa⁷²

Tableau 4. Adjectifs relationnels (en pourcentage)



⁶² Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 18.

⁶³ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 18.

⁶⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 18.

⁶⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 38.

⁶⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

⁶⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 36.

⁶⁸ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 24.

⁶⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

⁷⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

⁷¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 24.

⁷² Finlande : un art de vivre 2004 : 20.

4.1.2 Adjectifs de référence temporelle

Les adjectifs de référence temporelle désignent aussi bien le temps passé que le temps présent dans les brochures touristiques. Au total, nous avons trouvé 282 attestations d'adjectifs de référence temporelle. Nous avons divisé les adjectifs de cette catégorie en deux groupes différents. Les adjectifs qui déterminent une période historique appartiennent au groupe des *adjectifs de période historique* (127 occurrences). Les adjectifs qui expriment une autre période temporelle que le passé font partie du groupe des *autres adjectifs de référence temporelle* (155 occurrences).

Il est à noter que certains adjectifs de référence temporelle des brochures touristiques peuvent être d'une nature déictique. La signification de ces adjectifs varie selon le contexte et ils sont liés à la situation temporelle du sujet parlant. Les adjectifs déictiques qui désignent le temps sont quand même si peu nombreux dans les brochures touristiques que nous n'avons pas voulu établir un troisième groupe pour les présenter en détail. Nous nous contentons de dire que par exemple les adjectifs *contemporain,e* et *récent,e* sont souvent déictiques. C'est aussi le cas avec ces mêmes adjectifs dans les brochures touristiques :

musique *contemporaine*⁷³, sites *les plus récents* de la ville⁷⁴

4.1.2.1 Période historique

Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *ancien,ne* (63 occurrences) et *historique* (37 occurrences) :

Turku [...] *la plus ancienne* ville de Finlande⁷⁵, le Sauna Rajaportti [...] *le plus ancien* de Finlande⁷⁶, site *historique* de Porkkala⁷⁷

En outre, nous avons rencontré quelques adjectifs qui se réfèrent aux styles artistiques ou aux périodes mieux connues sous un nom spécifique. Nous les considérons comme

⁷³ Finlande : un art de vivre 2003 : 7.

⁷⁴ Finlande : un art de vivre 2003 : 22.

⁷⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 18.

⁷⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 24.

⁷⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 14.

adjectifs de période historique parce qu'ils peuvent plus ou moins exactement être liés à une certaine période de temps passé :

belle architecture *néoclassique*⁷⁸, sites *préhistoriques*⁷⁹, forteresse *médiévale* d'Olavinlinna⁸⁰, Russie *impériale*⁸¹, cultures *byzantine* et *carélienne*⁸²

4.1.2.2 Autres adjectifs de référence temporelle

Les adjectifs de ce groupe déterminent les autres périodes temporelles que le temps passé. L'adjectif le plus fréquent est l'adjectif *hivernal,e* (40 occurrences). Il a presque quatre fois de plus d'occurrences que son opposant, l'adjectif *estival,e* (9 occurrences). Quant à la popularité, on peut ainsi dire que la saison hivernale domine sur la saison estivale dans les brochures touristiques :

paysages *hivernaux* variés⁸³, paradis *hivernal* qu'est le Kainuu⁸⁴, baignade *hivernale*⁸⁵, gastronomie *estivale*⁸⁶, un grand nombre d'activités *estivales*⁸⁷, modernité d'une ville *estivale*⁸⁸

En outre, l'adjectif *moderne* a 30 occurrences. Le plus souvent, on l'associe aux différentes villes du pays :

centre urbain *moderne*⁸⁹, Helsinki est une ville européenne *moderne*⁹⁰, Tampere, cité pluraliste, *moderne* et fonctionnelle⁹¹

⁷⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 11.

⁷⁹ Finlande : un art de vivre 2005 : 20.

⁸⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 26.

⁸¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 46.

⁸² Finlande : un art de vivre 2004 : 28.

⁸³ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 5.

⁸⁴ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 36.

⁸⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 47.

⁸⁶ Finlande : un art de vivre 2005 : 9.

⁸⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 28.

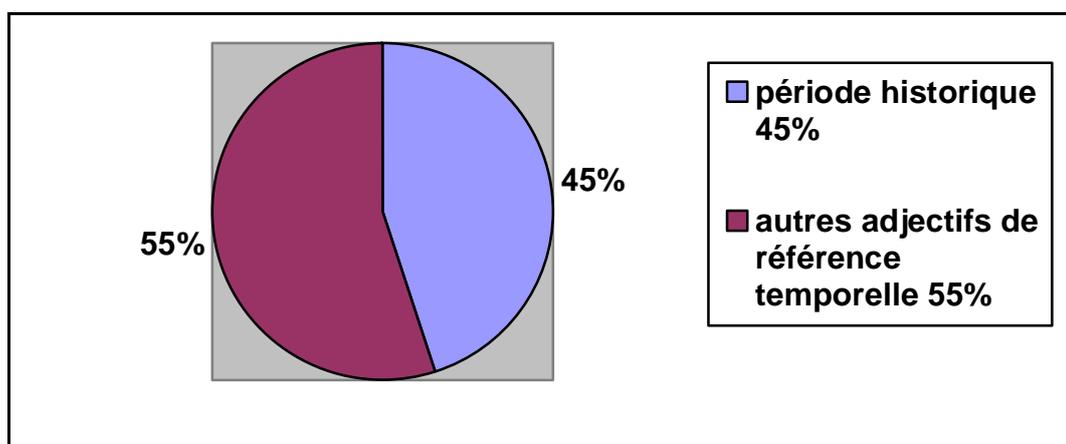
⁸⁸ Finlande : un art de vivre 2003 : 23.

⁸⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 32.

⁹⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 16.

⁹¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 8.

Tableau 5. Adjectifs de référence temporelle (en pourcentage)



4.1.3 Adjectifs spatiaux

Selon notre catégorisation les adjectifs spatiaux dans les brochures touristiques indiquent, principalement, l'origine géographique de l'objet dénoté. Dans ces cas, l'adjectif est dérivé d'un toponyme. Avec un total de 231 occurrences, l'adjectif le plus fréquent de ce groupe est l'adjectif *finlandais,e*. Cet adjectif est, en même temps, l'adjectif le plus populaire de tous les adjectifs des brochures touristiques. On peut ainsi dire que les adjectifs de notre corpus présentent l'image d'un pays très *finlandais*.

Les adjectifs spatiaux peuvent aussi servir de moyens pour localiser les différents lieux ou les espaces à l'intérieur du pays de destination touristique. Les brochures touristiques parlent par exemple de la Finlande *Centrale* et de la Laponie *supérieure*. Les adjectifs spatiaux peuvent également décrire des caractéristiques de l'environnement physique. En outre, les adjectifs spatiaux sont très souvent utilisés dans les brochures touristiques pour définir les situations géographiques des différents lieux. Nous catégorisons les adjectifs spatiaux en quatre groupes différents : *toponymes*, *localisation*, *météorologie et géologie* et *directions*.

4.1.3.1 Toponymes

Les adjectifs qui expriment l'origine géographique de l'objet appartiennent à ce groupe d'adjectifs spatiaux. Les adjectifs sont dérivés de noms propres, de nationalité, de pays, de régions ou de territoires :

paysages typiquement *finlandais* de la région du Savo du Nord⁹², vrai sauna *finlandais*⁹³, festivités du Noël *finlandais*⁹⁴, Laponie *finlandaise*⁹⁵, cuisine *finlandaise* traditionnelle⁹⁶, manière de vivre *finlandaise*⁹⁷, authenticité *lapone*⁹⁸, toute la beauté de la nature *lapone*⁹⁹, esprit typiquement *lapon*¹⁰⁰, mythologie *lapone*¹⁰¹, tribus nomades *Sâme*¹⁰², culture *Sâme* traditionnelle¹⁰³, kota *Sâme*¹⁰⁴, légende *Sâme*¹⁰⁵, authentiques villages *Sâme*¹⁰⁶, univers *nordique*¹⁰⁷, vacances *nordiques*¹⁰⁸, culture *nordique*¹⁰⁹, spécialités *russe*¹¹⁰, Helsinki est une ville *européenne* moderne¹¹¹, Finlande est le septième pays *européen* par sa superficie¹¹²

Bien sûr que l'adjectif *finlandais,e* est très fréquent (231 occurrences) dans ce groupe d'adjectifs spatiaux et après lui aucun autre adjectif ne se distingue pas par une telle popularité. Seuls les adjectifs *lapon,e* (47 occurrences) et *sâme* (45 occurrences) sont assez fréquents dans les brochures touristiques. Ils ont ensemble presque trois fois de plus d'occurrences que le quatrième adjectif le plus populaire de ce groupe, l'adjectif *nordique* (32 occurrences) qui fait aussi référence à la partie septentrionale du pays. La Laponie est ainsi la région la plus présentée de la Finlande des brochures touristiques du corpus.

La popularité de la Laponie dans les brochures touristiques s'explique peut-être par le fait que c'est en Laponie où les particularités du pays se trouvent. C'est pourquoi, les

⁹² Finlande : art de vivre 2005 : 47.

⁹³ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 11.

⁹⁴ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 18.

⁹⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 14.

⁹⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 47.

⁹⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 46.

⁹⁸ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 28.

⁹⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 18.

¹⁰⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 32.

¹⁰¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 33.

¹⁰² Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 14.

¹⁰³ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 15.

¹⁰⁴ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 30.

¹⁰⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 8.

¹⁰⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 42.

¹⁰⁷ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 2.

¹⁰⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 2.

¹⁰⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 25.

¹¹⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 16.

¹¹¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 16.

¹¹² Finlande : un art de vivre 2004 : 11.

professionnels du marketing veulent vendre des services aux touristes dans cette région et souvent leur vocabulaire est rempli de mots exaltants, par exemple, à la nature du Nord.

4.1.3.2 Localisation

Dans le précédent, nous avons constaté que les adjectifs dérivés des toponymes sont très fréquents dans les brochures touristiques. Il est vrai que si on parle des sites touristiques on est obligé de mentionner leur situation géographique. Le plus souvent, on fait cela en utilisant des adjectifs qui sont dérivés des toponymes.

Il faut remarquer qu'il y a également un autre moyen pour exprimer la situation des destinations touristiques. Les brochures touristiques de notre corpus utilisent aussi des adjectifs qui permettent de localiser les différents lieux ou les espaces à l'intérieur du pays de destination touristique. Tels adjectifs sont par exemple les adjectifs *local,e* et *central,e*. Au lieu de parler uniquement de la tradition *finlandaise* les rédacteurs peuvent se référer à la tradition *locale*. De cette manière, les rédacteurs ne sont plus obligés d'utiliser tout le temps les mêmes adjectifs dérivés des toponymes et le texte des brochures touristiques devient plus riche au niveau du vocabulaire.

Nous avons rencontré au total 179 attestations d'adjectifs que nous regroupons sous le thème de la localisation. Ces adjectifs sont liés principalement aux différents lieux ou aux espaces. L'adjectif *présent,e* est quand même une exception parmi les adjectifs de ce groupe. Nous le considérons comme un adjectif spatio-temporel étant donné qu'il peut se référer aussi bien à l'espace qu'au temps. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *local,e* (80 occurrences), *central,e* (38 occurrences), *extérieur,e* (13 occurrences), *intérieur,e* (11 occurrences) et *présent,e* (11 occurrences) :

spécialités *locales*¹¹³, authentique tradition *locale* du café accompagné de viennoiseries¹¹⁴, 'kota', vaste tipi *local*¹¹⁵, la Finlande *Centrale* a pour atouts ses riches étendues d'eau poissonneuses¹¹⁶, le Päijänne est la perle de la Finlande *centrale*¹¹⁷, nombreuses activités *extérieures*¹¹⁸, les finlandais [...] ouverts aux

¹¹³ *Finlande : un art de vivre 2003* : 29.

¹¹⁴ *Finlande : un art de vivre 2005* : 23.

¹¹⁵ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 3.

¹¹⁶ *Finlande : un art de vivre 2004* : 25.

¹¹⁷ *Finlande : un art de vivre 2005* : 42.

influences *extérieures*¹¹⁹, cours d'eau de la Finlande *intérieure*¹²⁰, réseau *intérieur* de Finnair¹²¹, la beauté des lacs, *présents* jusqu'au coeur des villes¹²², la neige est longtemps *présente*¹²³

4.1.3.3 Météorologie et géologie

Les adjectifs spatiaux indiquent aussi des caractéristiques de l'environnement physique. Dans ces cas-là, il s'agit des conditions météorologiques ou des caractéristiques géologiques. Il est à noter que les adjectifs de ce groupe se concentrent principalement sur la saison hivernale. L'adjectif le plus fréquent de cette catégorie est l'adjectif *enneigé,e* (23 occurrences). Les conditions climatiques hivernales du pays sont également présentées par l'adjectif *neigeux,-euse* (6 occurrences) :

paysages *enneigés*¹²⁴, nature *enneigée*¹²⁵, la paix des forêts *enneigées*¹²⁶, la région de Kuopio : très *enneigée*¹²⁷, surface *neigeuse*¹²⁸, les tunturi, douces collines parées d'une couverture *neigeuse* et ventée¹²⁹

4.1.3.4 Directions

Les adjectifs qui définissent les directions géographiques des différents lieux appartiennent à ce dernier groupe des adjectifs spatiaux. Ces adjectifs des points cardinaux ne sont pas très fréquents. Nous n'avons rencontré que 72 attestations d'adjectifs liés à ce thème. Les adjectifs des points cardinaux ont une caractéristique bien précise ce qui les différencie de tous les autres adjectifs spatiaux de notre travail. Ils ont la tendance de prendre la forme superlative alors que les autres adjectifs spatiaux gardent presque toujours la forme positive. De toutes les 72 attestations des adjectifs des points cardinaux, 16 sont des adjectifs à formes superlatives :

¹¹⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 8.

¹¹⁹ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 11.

¹²⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 6.

¹²¹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 46.

¹²² Finlande : un art de vivre 2005 : 42.

¹²³ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 10.

¹²⁴ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 7.

¹²⁵ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 17.

¹²⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 14.

¹²⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 27.

¹²⁸ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 4.

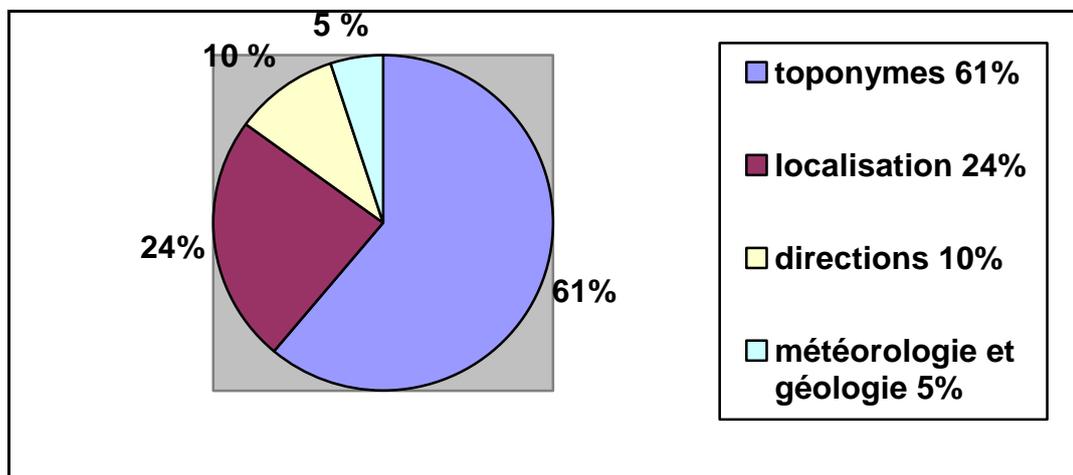
¹²⁹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 3.

contrées *les plus méridionales* de la Finlande¹³⁰, Helsinki est la capitale *la plus septentrionale* de l'Union européenne¹³¹, Kemijärvi, ville *la plus septentrionale* de Finlande¹³²

Le plus souvent, les adjectifs des points cardinaux déterminent les différentes villes du pays dans les brochures touristiques. En outre, ces dernières parlent des différentes régions de Finlande (comme par exemple la Finlande *orientale* et la Finlande *occidentale*). Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *oriental,e* (26 occurrences), *occidental,e* (18 occurrences), *septentrional,e* (8 occurrences) et *méridional,e* (4 occurrences) :

la ville la plus importante de Finlande *orientale* est Kuopio¹³³, Sokosti, point culminant de la Laponie *Orientale*¹³⁴, Pori est le joyau de la côte *occidentale* finlandaise¹³⁵, la station d'Ylläs est située [...] en Laponie *occidentale*¹³⁶, Kemijärvi, ville *la plus septentrionale* de Finlande¹³⁷, Mikkeli-Savo *Méridionale*¹³⁸

Tableau 6. Adjectifs spatiaux (en pourcentage)



¹³⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 4.

¹³¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 12.

¹³² Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 38.

¹³³ Finlande : un art de vivre 2005 : 27.

¹³⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 41.

¹³⁵ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

¹³⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 16.

¹³⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 38.

¹³⁸ Finlande : art de vivre 2003 : 28.

4.1.4 Adjectifs relatifs aux couleurs

Comme nous l'avons déjà dit dans le chapitre 4.1 (voir le chapitre 4.1), les adjectifs de couleur pourraient dans certains contextes être regroupés sous les adjectifs subjectifs. Les adjectifs de couleur peuvent ajouter des nuances positives à leurs objets. De ce fait, ils peuvent rendre le sens de tout leur syntagme nominal subjectif. Dans cette étude, nous n'avons pas voulu prendre ces caractéristiques des adjectifs de couleur en considération. C'est pourquoi nous catégorisons les adjectifs de couleur tout simplement sous les adjectifs objectifs.

Il est à remarquer que les couleurs sont perçues différemment dans les différentes langues. Par exemple, quelques langues ne distinguent dans le spectre solaire que deux couleurs. La plupart des langues voient dans la nature quand même plusieurs couleurs. Selon Martinet cette différence entre les domaines sémantiques résulte de « l'organisation particulière des données de l'expérience » (Martinet, 1980 : 12).

Les brochures touristiques de notre corpus contiennent une assez grande quantité d'adjectifs de couleur. Nous avons trouvé, au total, 135 attestations d'adjectifs objectifs liés au thème de la couleur. Il est intéressant de constater que la plupart de ces attestations ne sont pas des adjectifs de couleurs pures. Nous avons classifié 79 attestations des adjectifs de couleur sous la catégorie de la 'couleur autre' (par exemple, nature *verdoyante*¹³⁹). Le reste des attestations des adjectifs de couleur appartient au groupe de la 'couleur pure' (56 occurrences).

4.1.4.1 Couleur pure

Les adjectifs de couleur pure que nous avons rencontré dans les brochures touristiques sont *blanc,he* (21 occurrences), *bleu,e* (17 occurrences), *vert,e* (7 occurrences), *rouge* (3 occurrences), *gris,e* (2 occurrences) *noir,e* (2 occurrences) et *ocre* (1 occurrence):

Paradis *Blanc* de la Finlande¹⁴⁰, véritable Noël *blanc*¹⁴¹, beauté d'une nature toute *blanche*¹⁴², pays des « heures *bleues* »¹⁴³, eaux *bleues*¹⁴⁴, "nuits *blanches*"

¹³⁹ *Finlande : un art de vivre 2005* : 43.

¹⁴⁰ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 5.

¹⁴¹ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 4.

¹⁴² *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 37.

¹⁴³ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 3.

¹⁴⁴ *Finlande : un art de vivre 2005* : 23.

de l'été¹⁴⁵, Helsinki, la Ville *Blanche* du Nord¹⁴⁶, petits ports d'escale aux maisons de pêcheurs *rouges*¹⁴⁷, Kuusamo, l'aventure en *vert* et en *blanc*¹⁴⁸, Helsinki est une ville *verte*¹⁴⁹, Tampere, une ville *bleue* et *verte*¹⁵⁰

Nous avons aussi trouvé trois attestations des adjectifs qui décrivent l'objet avec plusieurs couleurs :

spectrolite, gemme rare aux reflets *gris-bleu*¹⁵¹, avec ses [...] entrepôts *ocre rouge* [...] Porvoo mérite vraiment votre visite¹⁵², le ciel est d'un *bleu clair* d'une beauté incroyable¹⁵³

4.1.4.2 Couleur autre

Les adjectifs de ce groupe ne décrivent pas directement une couleur. Ils sont dérivés des couleurs (par exemple, l'adjectif *bleuté,e* (<bleu)) ou ils définissent les caractéristiques d'une couleur (les adjectifs *immaculé,e*, *lumineux,-euse* etc). Les adjectifs les plus populaires de ce groupe sont les adjectifs *immaculé,e* (21 occurrences), *lumineux,-euse* (15 occurrences), *verdoyant,e* (9 occurrences) et *éclatant,e* (8 occurrences):

paysage magnifique d'une blancheur *immaculée*¹⁵⁴, neige *immaculée*¹⁵⁵, jours *lumineux* de l'hiver¹⁵⁶, lumière *éclatante* du soleil¹⁵⁷, nature *verdoyante*¹⁵⁸, nuit *lumineuse* de Laponie¹⁵⁹, merveilleuses couleurs *éclatantes*¹⁶⁰

¹⁴⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 41.

¹⁴⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 8.

¹⁴⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 16.

¹⁴⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 30.

¹⁴⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 19.

¹⁵⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 27.

¹⁵¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

¹⁵² Finlande : un art de vivre 2004 : 15.

¹⁵³ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

¹⁵⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 5.

¹⁵⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 30.

¹⁵⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 30.

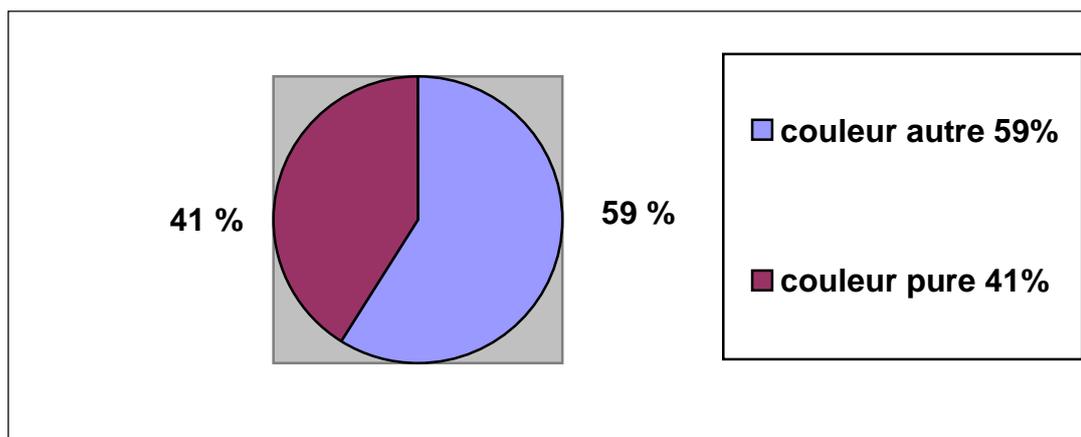
¹⁵⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 35.

¹⁵⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 43.

¹⁵⁹ Finlande : un art de vivre 2005 : 49.

¹⁶⁰ Finlande : art de vivre 2003 : 34.

Tableau 7. Adjectifs relatifs aux couleurs (en pourcentage)



4.1.5 Divers adjectifs objectifs

Nous avons dit dans le chapitre 4.1 que le but de notre analyse était de diviser les adjectifs objectifs du corpus en quatre groupes différents : *adjectifs relationnels*, *adjectifs de référence temporelle*, *adjectifs spatiaux* et *adjectifs relatifs aux couleurs*¹⁶¹. Dans le précédent, nous avons donné des exemples des principaux thèmes de chacune de ces catégories.

Avant de conclure notre analyse sur les adjectifs objectifs nous sommes obligés d'ajouter un groupe supplémentaire pour compléter la recherche. Nous catégoriserons le reste des attestations d'adjectifs objectifs sous ce cinquième groupe. Nous avons décidé d'appeler cette catégorie tout simplement *divers adjectifs objectifs* étant donné qu'elle traite les thèmes différents. Nous diviserons les adjectifs de cette catégorie en quatre groupes différents : *religion*, *tradition*, *adjectifs à formation spéciale* et *information*.

4.1.5.1 Religion

La religion est un thème très marginal dans les brochures touristiques du corpus. Nous n'avons rencontré que 35 attestations d'adjectifs objectifs liés à la vie ecclésiastique. Il est intéressant de remarquer que l'adjectif *orthodoxe* (23 occurrences) est mentionné beaucoup plus souvent que l'adjectif *luthérien,ne* (5 occurrences). Les autres adjectifs qui expriment la religion sont par exemple les adjectifs *religieux-euse* (2 occurrences),

¹⁶¹ voir le chapitre 4.1 Adjectifs objectifs

chrétien,ne (2 occurrences), *spirituel,le* (1 occurrence) et *franciscain,e* (1 occurrence). Le plus souvent, ces adjectifs déterminent des objets architecturaux :

la cathédrale Ouspenski [...] est la plus grande église *orthodoxe* d'Europe occidentale¹⁶², le monastère de Valamo ainsi que le couvent de Lintula [...] sont des centres actifs de la foi et de la culture *chrétienne orthodoxe*¹⁶³, fêtes *religieuses luthériennes*¹⁶⁴, la Cathédrale de Turku est historiquement le premier lieu de culte de l'Eglise *Luthérienne* de Finlande, et [...] le centre *spirituel* du pays¹⁶⁵, l'église de la Sainte-Croix [...] rattachée à un monastère *franciscain*¹⁶⁶

4.1.5.2 Tradition

Un moyen de souligner l'originalité de l'histoire de son pays est de parler de la tradition. Dans les brochures touristiques du corpus nous avons rencontré au total 61 attestations des adjectifs qui expriment la tradition. Dans cette étude nous considérons ces adjectifs comme objectifs. Il est évident que la tradition est quelque chose de commun que les gens partagent. C'est pourquoi il est facile de se mettre d'accord sur ce qui est traditionnel. Les adjectifs de ce groupe sont *traditionnel,le* (57 occurrences) et *classique* (4 occurrences) :

le sahti est un type de bière *traditionnelle* à base d'orge¹⁶⁷, saunas *traditionnels* chauffés à la fumée¹⁶⁸, kantele, l'instrument *traditionnel* de la région¹⁶⁹, 'kota' ou tente *traditionnelle* lapone¹⁷⁰, délicieuse cuisine *traditionnelle*¹⁷¹, village *traditionnel* de Kukkola-Forsen¹⁷², culture *traditionnelle* Sâme¹⁷³, croisière fluviale *traditionnelle*¹⁷⁴, ballet *classique*¹⁷⁵,

¹⁶² Finlande : art de vivre 2003 : 18.

¹⁶³ Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

¹⁶⁴ Finlande : art de vivre 2003 : 31.

¹⁶⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 38.

¹⁶⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

¹⁶⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 23.

¹⁶⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 25.

¹⁶⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

¹⁷⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 36.

¹⁷¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 47.

¹⁷² Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 31.

¹⁷³ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 13.

¹⁷⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 49.

¹⁷⁵ Finlande : art de vivre 2003 : 7.

transports en commun *classiques*¹⁷⁶, croisière touristique *classique*¹⁷⁷, activités *classiques*¹⁷⁸

4.1.5.3 Adjectifs à formation spéciale

Le troisième groupe des divers adjectifs objectifs est celui des adjectifs à formation spéciale. Ce groupe comprend tous les adjectifs objectifs du corpus qui sont formés d'une façon spéciale. Nous n'avons rencontré que deux adjectifs qu'on peut regrouper sous cette catégorie. Ce sont les adjectifs *international,e* (54 occurrences) et *interactif,-ive* (1 occurrence). Ces mots ont un point commun. Ils sont tous formés du préfixe *inter-* et de l'adjectif (*-national,e* ou *-actif,-ive*).

Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* l'adjectif *international,e* est formé du préfixe *inter-* et de l'adjectif *national,e* (Robert, 1996 : 1197). Il faut se rappeler que l'adjectif *national,e* nous paraît déjà familier. Nous avons classifié cet adjectif dans ce travail parmi les adjectifs relationnels¹⁷⁹. De ce fait, nous pourrions bien supposer que tous les adjectifs formés sur la racine du mot *national,e* sont de la même manière des adjectifs relationnels. Apparemment, ce n'est pourtant pas le cas avec l'adjectif *international,e*. Cet adjectif ne connaît pas les caractéristiques d'un adjectif relationnel. En français, on peut dire par exemple 'un événement très *international*'. Cela veut dire que l'adjectif *international,e* est spécifiable en degré alors que les adjectifs relationnels ne le sont pas¹⁸⁰. Selon notre catégorisation l'adjectif *international,e* est formé d'une façon particulière. C'est pourquoi il mérite bien d'être analysé dans cette catégorie. L'adjectif *international,e* peut définir toute sorte d'objets :

tendances culinaires *internationales*¹⁸¹, festival *international* de théâtre de Tampere¹⁸², Foire *Internationale* aux Vins de Kuopio¹⁸³, Jyväskylä [...] est un centre de congrès bénéficiant d'une réputation *internationale*¹⁸⁴, concours

¹⁷⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 13.

¹⁷⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 27.

¹⁷⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 38.

¹⁷⁹ voir le chapitre 4.1.1.1 Nature

¹⁸⁰ voir le chapitre 2.4 Adjectif relationnel

¹⁸¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 10.

¹⁸² Finlande : un art de vivre 2004 : 24.

¹⁸³ Finlande : un art de vivre 2004 : 28.

¹⁸⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 24.

international de sculpture sur glace¹⁸⁵, événements sportifs *internationaux*¹⁸⁶, restaurants gastronomiques de niveau *international*¹⁸⁷

L'adjectif *interactif,-ive* n'a qu'une seule occurrence dans les brochures touristiques du corpus. Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* cet adjectif est formé du préfixe *inter-* et de l'adjectif *actif,-ive* (Robert, 1996 : 1193). Littéralement, l'adjectif *interactif,-ive* est défini dans ce dictionnaire de la manière suivante : « Qui permet une interaction » (Robert, 1996 : 1193). Cet adjectif peut ainsi désigner par exemple des événements où les spectateurs entrent dans une relation réciproque avec les acteurs :

Heureka Finnish Science Centre, à Vantaa : un lieu d'expositions *interactives* de grand intérêt¹⁸⁸

4.1.5.4 Information

L'information peut avoir un rôle important dans les brochures touristiques. Les touristes veulent s'informer sur les moyens et les possibilités de visiter la ville ou la région promotionnée. C'est pourquoi il faut que les rédacteurs soient précis sur l'information qu'ils donnent. Les horaires et les prix doivent être bien indiqués pour que les touristes puissent choisir le moyen de transport et le logement convenables.

Nous avons classifié dans ce dernier groupe des divers adjectifs objectifs tous les adjectifs qui se concentrent sur le thème de l'information. Ces adjectifs désignent souvent des qualités qu'on peut pas nier. Les services touristiques sont soit gratuits soit payants, jamais quelque chose entre ces deux termes. De la même manière, les vols des avions ne peuvent être que des vols directs ou indirects. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *direct,e* (15 occurrences) et *gratuit,e* (7 occurrences) :

2 vols *directs* non-stop Paris/Rovaniemi¹⁸⁹, service *gratuit* de navettes Ski Bus¹⁹⁰

¹⁸⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 19.

¹⁸⁶ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 16.

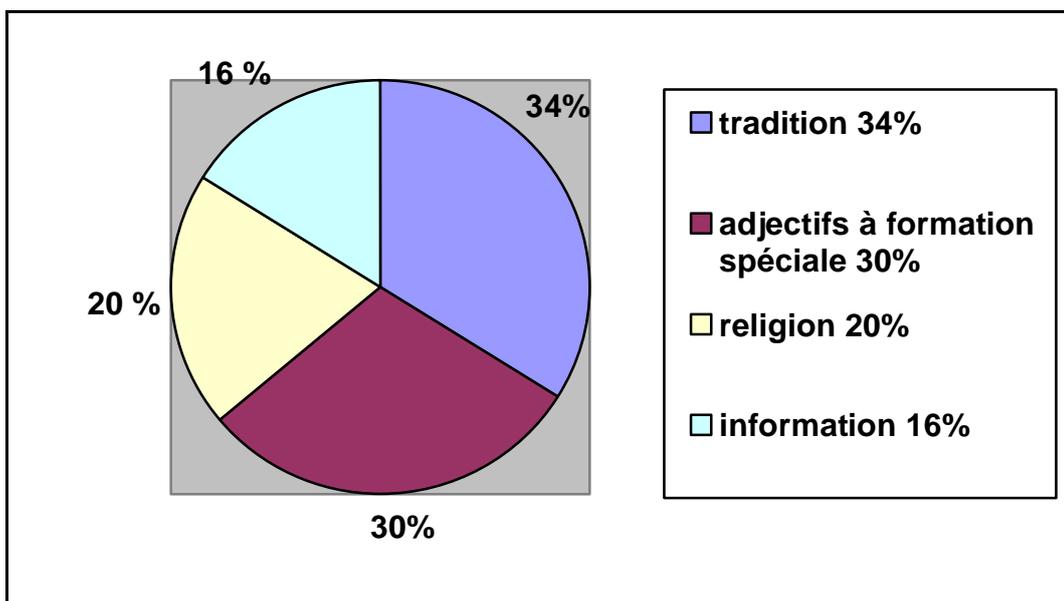
¹⁸⁷ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 11.

¹⁸⁸ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 9.

¹⁸⁹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 27.

¹⁹⁰ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 45.

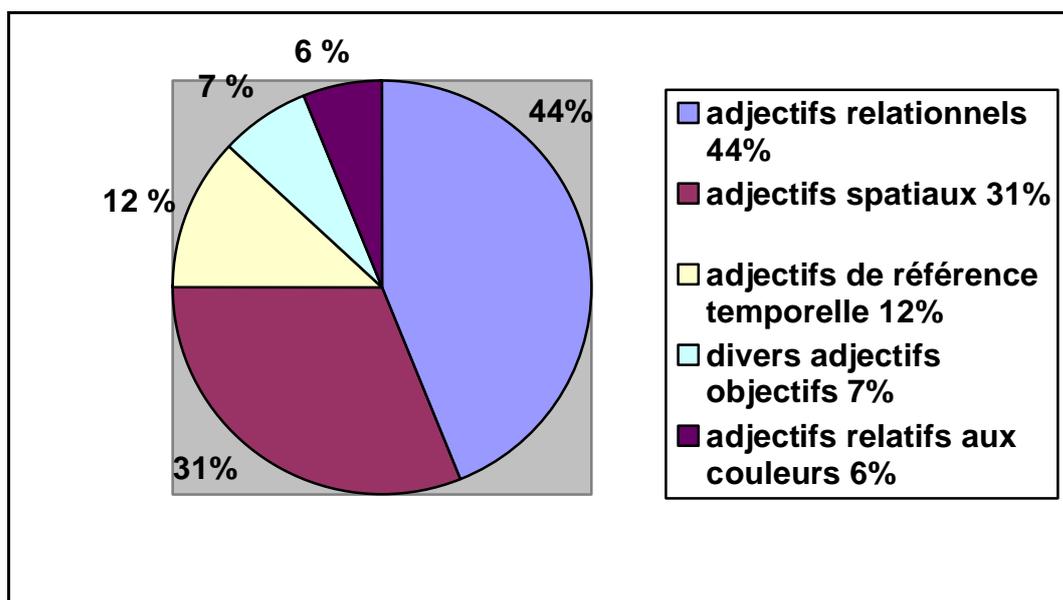
Tableau 8. Divers adjectifs objectifs (en pourcentage)



4.1.6 Statistiques des adjectifs objectifs

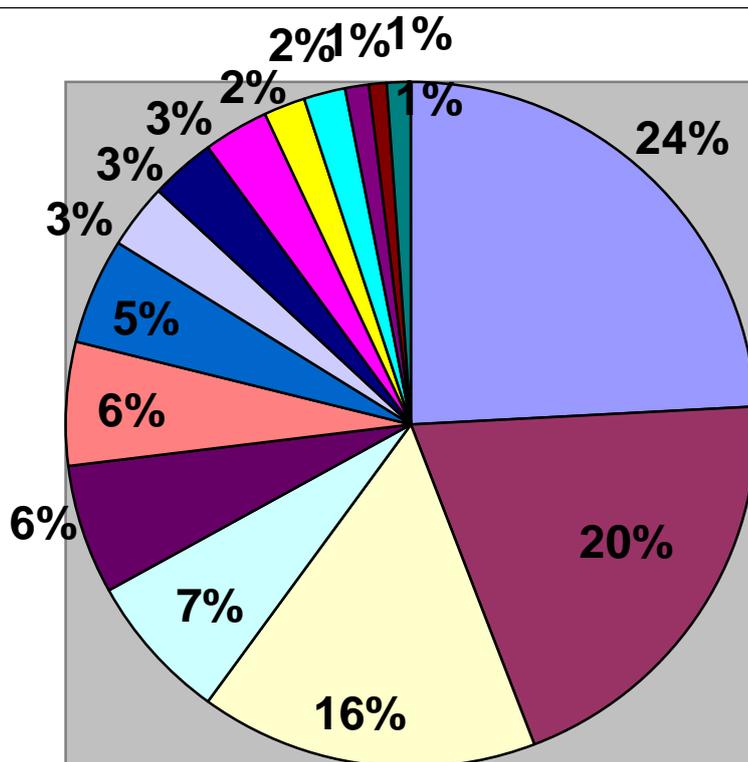
Selon notre catégorisation les adjectifs relationnels et les adjectifs spatiaux forment les plus grands groupes de tous les adjectifs objectifs. De toutes les 2447 attestations des adjectifs objectifs, 1851 (soit 75%) sont des adjectifs relationnels ou spatiaux. Les adjectifs relationnels sont plus nombreux (1103, soit 44%) dans les brochures touristiques que les adjectifs spatiaux (748, soit 31%).

Tableau 9. Catégorisation des adjectifs objectifs dans les brochures touristiques



Si on regarde les thèmes des adjectifs objectifs, on peut constater que la vie sociale et économique (24%), les toponymes (20%) et la nature (16%) sont les groupes les plus importants.

Tableau 10. Principaux thèmes des adjectifs objectifs dans les brochures touristiques



- vie sociale et économique 24%**
- toponymes 20%**
- nature 16%**
- localisation 7%**
- adjectifs relatifs aux lieux ou aux espaces 6%**
- autres adjectifs de référence temporelle 6%**
- période historique 5%**
- couleur autre 3%**
- directions 3%**
- tradition 3%**
- couleur pure 2%**
- adjectifs à formation spéciale 2%**
- météorologie et géologie 1%**
- religion 1%**
- information 1%**

Tableau 11. Adjectifs objectifs en chiffres

adjectifs relationnels (44%)

vie sociale et économique	565	51%	24%
nature	381	35%	16%
adjectifs relatifs aux lieux ou aux espaces	157	14%	6%
	—	—	
au total	1103	100%	

adjectifs de référence temporelle (12%)

autres adjectifs de référence temporelle	155	55%	6%
période historique	127	45%	5%
	—	—	
au total	282	100%	

adjectifs spatiaux (31%)

toponymes	462	61%	20%
localisation	179	24%	7%
directions	72	10%	3%
météorologie et géologie	35	5%	1%
	—	—	
au total	748	100%	

adjectifs relatifs aux couleurs (6%)

couleur autre	79	59%	3%
couleur pure	56	41%	2%
	—	—	
au total	135	100%	

divers adjectifs objectifs (7%)

tradition	61	34%	3%
adjectifs à formation spéciale	55	30%	2%
religion	35	20%	1%
information	28	16%	1%
	—	—	
au total	179	100%	

adjectifs objectifs (100%)

	—	—	—
au total	2447	100%	100%

4.2 Adjectifs subjectifs

La catégorisation des adjectifs subjectifs dans les brochures touristiques semble, à première vue, beaucoup plus difficile qu'on ne pourrait imaginer. Les adjectifs subjectifs indiquent l'opinion de celui qui parle. Les éléments sémantiques subjectifs reflètent donc l'attitude des locuteurs à l'égard des objets (Stati, 1979 : 12). Par conséquent, les adjectifs subjectifs devraient être facilement identifiables. Pourtant, la chose n'est pas si simple.

Kerbrat-Orecchioni commence sa catégorisation des adjectifs subjectifs en disant que « tout est relatif » dans l'usage des adjectifs. Selon cette linguiste la division entre les adjectifs objectifs et subjectifs est plus ou moins interprétative. Par exemple, Kerbrat-Orecchioni cite ce passage de Galilée¹⁹¹ : « Il se tromperait celui qui dirait que les choses réelles sont grandes ou petites. Dans cette proposition, il n'y a ni vérité ni erreur. Il n'y a pas non plus d'erreur ou de vérité dans l'affirmation que les objets sont proches ou qu'ils sont lointains. Cette indétermination fait que les mêmes choses peuvent être appelées très proches ou très lointaines, très grandes ou très petites ; que les plus proches peuvent être appelées lointaines et les lointaines, proches ; que les plus grandes peuvent être appelées petites et les petites, grandes » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94). Selon Kerbrat-Orecchioni tout dépend de l'interprétation. Elle fait quand même la distinction entre les différentes catégories d'adjectifs subjectifs dans le cadre d'une problématique de l'énonciation. Kerbrat-Orecchioni affirme que ces catégories relèvent de ce que Hjelmslev appelle, selon elle, « le niveau interprétatif du langage » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94-95).

Kerbrat-Orecchioni suppose que « *toute unité lexicale est, en un sens, subjective* »¹⁹² (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 79). Elle reprend aussi la terminologie de Robert Lafont¹⁹³ pour dire que « tous les mots de la langue fonctionnent comme des 'praxèmes', c'est-à-dire qu'ils connotent, à des degrés divers les différentes 'praxis' caractéristiques de la société qui les manipule, et qu'ils charrient toutes sortes de jugements interprétatifs 'subjectifs' inscrits dans l'inconscient linguistique de la communauté » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 79). Selon Kerbrat-Orecchioni la subjectivité peut se manifester dans une énonciation de façon explicite (par exemple, dans les formules comme « je trouve ça

¹⁹¹ Galilée, cité par Cohen, 1972: 440.

¹⁹² en italique dans l'original

¹⁹³ Lafont 1976: 98-99.

moche ») ou de façon implicite (dans les formules comme « c'est moche ») (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 80).

Il faut se rappeler que l'interprétation de la subjectivité est liée à la culture dans laquelle les adjectifs sont prononcés. Les adjectifs ne sont pas conçus de la même manière dans les diverses cultures du monde. Hjelmslev souligne le fait que les mots qui décrivent la nature sont influencés par l'usage linguistique. Par exemple, l'éléphant est un concept différent en Afrique et en Europe (Hjelmslev, 1959 : 52). De cette façon, un adjectif qui semble subjectif dans une culture ne l'est forcément pas dans une autre culture.

En outre, il faut remarquer que notre analyse est également influencée par la culture. Notre vision du monde et de notre culture, c'est-à-dire, la culture finlandaise, ont certainement une influence sur la catégorisation aussi bien que sur l'analyse des adjectifs dans les brochures touristiques du corpus. De ce fait, nous pouvons bien nous demander si notre analyse elle-même est subjective.

4.2.1 Adjectifs affectifs

Nous avons déjà étudié les caractéristiques des adjectifs affectifs dans le chapitre 3.3.1. Dans cette partie de la recherche, nous nous contenterons de donner quelques exemples des adjectifs de ce groupe. Il faut se rappeler que selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs affectifs énoncent une réaction émotionnelle du sujet en face d'un objet (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 95). À cause de cet engagement émotionnel du sujet les adjectifs affectifs sont souvent considérés comme les plus subjectifs des adjectifs.

Le seul adjectif affectif des brochures touristiques du corpus est l'adjectif *charmant,e*. Il apparaît dans le corpus 31 fois. Le plus souvent, l'adjectif *charmant,e* décrit les différentes villes du pays :

la *charmante* ville de Naantali¹⁹⁴, le *charmant* village d'Iitti¹⁹⁵, *charmants* petits villages¹⁹⁶ le *charmant* village marin de Tammio¹⁹⁷, Nurmes : *charmante* petite ville¹⁹⁸

¹⁹⁴ Finlande : un art de vivre 2004 : 17.

¹⁹⁵ Finlande : un art de vivre 2004 : 18.

¹⁹⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

¹⁹⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 46.

4.2.2 Adjectifs évaluatifs

Kerbrat-Orecchioni divise les adjectifs évaluatifs en *adjectifs axiologiques* et en *adjectifs non axiologiques*. Les adjectifs axiologiques portent sur l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent un jugement de valeur positif ou négatif (par exemple, « cet arbre est beau ») (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 102). Les adjectifs non axiologiques impliquent une évaluation qualitative ou quantitative de l'objet sans exprimer l'opinion ni positive ni négative du locuteur (par exemple, « cette maison est grande ») (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96-97).

Ce qui différencie les adjectifs axiologiques des adjectifs non axiologiques est le fait qu'ils impliquent un jugement de valeur positif ou négatif sur l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent. Ce trait spécial des adjectifs axiologiques les rend nettement plus subjectifs que les adjectifs non axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 102-103).

4.2.2.1 Adjectifs évaluatifs axiologiques

A) Authenticité

Un thème très courant dans les brochures touristiques est l'authenticité. Plusieurs adjectifs du corpus décrivent l'originalité de telle ou telle attraction touristique de la Finlande. Tels adjectifs sont par exemple les adjectifs *authentique* (43 occurrences), *exceptionnel,le* (21 occurrences), *vrai,e* (18 occurrences), *original,e* (12 occurrences), *typique* (12 occurrences) et *véritable* (7 occurrences) :

authentiques villages lapons¹⁹⁹, *authentique* sentiment de paix²⁰⁰, hiver *authentique*²⁰¹, très vivant et *authentique* [...] le village de Hetta²⁰², nature *exceptionnelle*²⁰³, culture finlandaise fortement *originale*²⁰⁴, milieu carélien

¹⁹⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 28.

¹⁹⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 33.

²⁰⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 47.

²⁰¹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 29.

²⁰² Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 13.

²⁰³ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 29.

²⁰⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 12.

typique à Nurmes²⁰⁵, ‘sahti’, boisson *typique*²⁰⁶, *véritable* tradition du sauna finlandais²⁰⁷, Kalajoki est un *vrai* paradis pour le vacancier²⁰⁸

Quelques adjectifs axiologiques qui soulignent la qualité supérieure de l’objet peuvent aussi être regroupés sous le thème de l’authenticité. Un moyen typique est de comparer les caractéristiques d’une certaine région avec celles d’une autre. Par exemple, l’adjectif *unique* (34 occurrences) a cette caractéristique :

musée international *unique* au monde consacré au battage de l’or²⁰⁹, La Finlande est un pays de mythes, de récits et de légendes *unique* en son genre²¹⁰

B) Beauté

La beauté est un thème très fréquent parmi les adjectifs axiologiques du corpus. Au total, nous avons rencontré 141 attestations d’adjectifs liés à ce thème. L’adjectif le plus fréquent de ce groupe est bien sûr l’adjectif *beau, belle* (53 occurrences). Le plus souvent, cet adjectif est utilisé tout seul dans un syntagme nominal sans aucun élément renforçant (35 occurrences) :

de *belles* étendues d’eau²¹¹, le *bel* archipel de Turku²¹², *beau* site de Harju²¹³

L’adjectif *beau* peut également prendre une forme superlative (18 occurrences) :

les plus *beaux* paysages de Finlande²¹⁴, nature dans ses plus *beaux* atours²¹⁵, village de Hetta et ses 800 habitants compte parmi les plus *beaux* villages de Finlande²¹⁶

²⁰⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 31.

²⁰⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 23.

²⁰⁷ Finlande : rêves d’hiver 2003-2004 : 30.

²⁰⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 21.

²⁰⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

²¹⁰ Finlande : rêves d’hiver 2003-2004 : 12.

²¹¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 7.

²¹² Finlande : un art de vivre 2005 : 38.

²¹³ Finlande : un art de vivre 2005 : 42.

²¹⁴ Finlande : un art de vivre 2004 : 30.

²¹⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 13.

²¹⁶ Finlande : rêves d’hiver 2004-2005 : 13.

En outre, l'adjectif *beau* est précédé d'un adverbe renforçant deux fois :

sites si *beaux*²¹⁷, très *beau* paysage de monts lapons²¹⁸

Les principales choses décrites par l'adjectif *beau* sont la nature et l'architecture :

belle nature vierge du nord-ouest de la Laponie²¹⁹, *belle* architecture néoclassique²²⁰

Quelques autres adjectifs du corpus expriment également la beauté. Les plus fréquents de ces adjectifs sont les adjectifs *magnifique* (24 occurrences) et *joli,e* (17 occurrences) :

le *magnifique* lac Päijänne²²¹, *magnifiques* paysages lacustres²²², la *jolie* ville de Porvoo²²³, la *jolie* rivière Kemijoki²²⁴

C) Bonté

L'adjectif *bon,ne* apparaît au total 91 fois dans les brochures touristiques de notre corpus. Cet adjectif est un mot positif familier qui ne promet pas trop. Il peut ainsi décrire toutes sortes d'objets (37 occurrences) :

Naantali [...] le charme de ses *bons* restaurants²²⁵, passer de *bonnes* vacances [...] dans le Sud de la Finlande²²⁶, Vihti Ski : un *bon* endroit pour pratiquer le snowboard²²⁷

Il est intéressant de remarquer que l'adjectif *bon,ne* apparaît le plus souvent dans les brochures touristiques sous sa forme superlative *le/la meilleur/e*. De toutes les 91 attestations de cet adjectif, 54 sont des adjectifs à formes superlatives :

²¹⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 8.

²¹⁸ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 22.

²¹⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 15.

²²⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 11.

²²¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 17.

²²² Finlande : un art de vivre 2005 : 24.

²²³ Finlande : un art de vivre 2004 : 15.

²²⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 49.

²²⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 23.

²²⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 46.

²²⁷ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 9.

Uusikaupunki [...] *meilleur* port de plaisance de Finlande²²⁸, la rivière Ivalojoiki [...] l'un des *meilleurs* parcours de canoë du monde²²⁹, Talma [...] l'un des *meilleurs* sites de Finlande pour le snowboard²³⁰, le centre de sports d'hiver de Tahko [...] est l'un des *meilleurs* et des plus importants du genre en Finlande²³¹

Selon le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* l'adjectif *bon,ne* peut avoir un sens qui s'applique à celui de l'adjectif *agréable*. Dans ce cas, l'adjectif *bon,ne* veut dire quelque chose qui donne du plaisir (par exemple, dans l'expression comme 'passer de bonnes vacances') (Robert, 1996 : 238). Dans cette étude, nous catégoriserons les adjectifs *agréable* et *bon,ne* dans la même catégorie. L'adjectif *agréable* apparaît au total 19 fois dans les brochures touristiques du corpus. Cet adjectif pourrait bien être remplacé par l'adjectif *bon,ne*.

vacances *agréables* et reposantes²³², *agréable* séjour²³³, *agréable* restaurant²³⁴,
agréables petites villes²³⁵

En outre, nous avons inclus par exemple l'adjectif *confortable* (25 occurrences) dans cette catégorie. Cet adjectif n'a pas tout à fait la même signification que les autres adjectifs de ce groupe mais on peut imaginer que les choses qui sont confortables sont également de bonnes choses :

confortable séjour²³⁶, *confortable* hôtel thermal²³⁷, *confortables* chalets²³⁸

D) Notoriété

Les brochures touristiques ont bien sûr pour but de faire connaître leur produit (c'est-à-dire, un pays, une ville ou une région) dans le monde. Elles s'appuient dans leur

²²⁸ Finlande : un art de vivre 2003 : 23.

²²⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

²³⁰ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 9.

²³¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 41.

²³² Finlande : un art de vivre 2003 : 34.

²³³ Finlande : un art de vivre 2004 : 22.

²³⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 42.

²³⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 40.

²³⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 32.

²³⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 28.

²³⁸ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 15.

langage sur les faits pour lesquels telle ou telle région touristique est connue ou réputée. Dans les brochures touristiques du corpus nous avons rencontré au total 182 attestations des adjectifs qui se concentrent sur le thème de la notoriété.

L'adjectif le plus fréquent de ce groupe est l'adjectif *important,e* qui apparaît 54 fois dans le corpus de notre travail. Les brochures touristiques parlent par exemple des villes et des manifestations musicales *importantes*. Il s'agit des lieux et des événements qui sont également connus et célèbres :

le festival de jazz *le plus important* d'Europe s'intalle à Pori²³⁹, Fêtes de Raumanmeri-Les festivités *les plus importantes* à avoir lieu en Finlande à l'occasion de la Saint-Jean²⁴⁰, la seule ville *importante* de la province, Mariehamn²⁴¹, Kaskinen est une ville maritime historiquement *importante*²⁴², la ville *la plus importante* de Finlande orientale est Kuopio²⁴³

Les autres adjectifs qui expriment la notoriété d'un objet sont par exemple les adjectifs *principal,e* (29 occurrences), *populaire* (24 occurrences) *fameux,-euse* (15 occurrences) et *célèbre* (13 occurrences) :

principaux sites touristiques d'Helsinki²⁴⁴, le mont Ylläs est un des *principaux* sommets de Laponie²⁴⁵, Kenkävero [...] une attraction touristique très *populaire*²⁴⁶, la station de Ruka, très *populaire* pour le ski alpin²⁴⁷, Oulu est *fameuse* [...] pour son savoir dans le domaine des technologies de pointe²⁴⁸ Punkaharju, *fameuse* pour les superbes paysages²⁴⁹ Albert Edelfeld, l'un des peintres finlandais *les plus célèbres*²⁵⁰, *célèbres* rivières à saumons²⁵¹

²³⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

²⁴⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 19.

²⁴¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 19.

²⁴² Finlande : un art de vivre 2003 : 24.

²⁴³ Finlande : un art de vivre 2005 : 27.

²⁴⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 37.

²⁴⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 42.

²⁴⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : 28.

²⁴⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 34.

²⁴⁸ Finlande : un art de vivre 2003 : 25.

²⁴⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 29.

²⁵⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 15.

²⁵¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

E) Cuisine

La cuisine finlandaise un thème très marginal parmi les adjectifs subjectifs du corpus. Nous ne regroupons sous ce thème qu'au total 35 attestations d'adjectifs qui présentent bien les spécialités de ce pays. Les rédacteurs ne se contentent pas uniquement de décrire les principales caractéristiques de l'alimentation locale mais ils donnent également des exemples des plats traditionnels du pays. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *délicieux,-euse* (19 occurrences), *savoureux,-euse* (7 occurrences) et *succulent,e* (4 occurrences). Ces adjectifs décrivent la cuisine finlandaise sur un ton favorable:

délicieuses spécialités locales²⁵², *délicieuse* cuisine traditionnelle²⁵³, *délicieuses* premières fraises²⁵⁴, *délicieuse* soupe d'été²⁵⁵, *délicieux* desserts²⁵⁶, *délicieuses* pommes de terre nouvelles²⁵⁷, cuisine saine et *savoureuse*²⁵⁸, *savoureux* champignons²⁵⁹, *savoureuses* saucisses grillées²⁶⁰, *succulente* cuisine²⁶¹, *succulentes* spécialités²⁶²

Chacun des adjectifs *chaleureux,-euse*, *appétissant,e*, *séduisant,e*, *exquis,e* et *sain,e* n'ont qu'une seule occurrence dans les brochures qui peut être regroupée sous ce groupe. Ces adjectifs définissent la cuisine finlandaise également avec un vocabulaire positif :

cuisine aussi diverse que *chaleureuse*²⁶³, repas *appétissants*²⁶⁴, cuisine variée et *séduisante*²⁶⁵, *exquis* saumons fumés à l'ancienne²⁶⁶, cuisine *saine* et *savoureuse*²⁶⁷

²⁵² Finlande : un art de vivre 2005 : 41.

²⁵³ Finlande : un art de vivre 2005 : 47.

²⁵⁴ Finlande : un art de vivre 2003 : 12.

²⁵⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 13.

²⁵⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 10.

²⁵⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 8.

²⁵⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 30.

²⁵⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 13.

²⁶⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 9.

²⁶¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 36.

²⁶² Finlande : un art de vivre 2003 : 12.

²⁶³ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 46.

²⁶⁴ Finlande : un art de vivre 2004 : 25.

²⁶⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

²⁶⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 3.

²⁶⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 30.

La particularité d'une des brochures touristiques est le fait que la cuisine française est mentionnée une fois. Un restaurant finlandais propose d'offrir aux touristes des repas à la française :

délicieux repas de type gastronomie campagnarde française²⁶⁸

F) Excellence

Ce groupe comprend tous les adjectifs du corpus qui expriment la perfection ou l'excellence d'un objet. La subjectivité de ces adjectifs est bien évidente. Par exemple, l'adjectif *parfait,e* est défini dans le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* de la façon suivante : « tel qu'on ne puisse rien concevoir de meilleur » (Robert, 1996 : 1589). Cet adjectif a donc un sens très laudatif. Selon la définition du dictionnaire il désigne également quelque chose « qui est au plus haut dans l'échelle des valeurs » (Robert, 1996 : 1589).

Tout comme l'adjectif *parfait,e*, les autres adjectifs de ce groupe font l'éloge de leurs objets. L'adjectif *excellent,e* peut très souvent avoir un sens qui se rapproche de celui de l'adjectif *bon,ne*. Dans cette étude, nous considérons ce premier adjectif beaucoup plus expressif que ce dernier. C'est pourquoi nous regroupons l'adjectif *excellent,e* sous cette catégorie. Selon la définition du dictionnaire, l'*excellent* veut dire quelque chose qui est 'très bon' et pas uniquement 'bon' (Robert, 1996 : 850). Pour la même raison, l'adjectif *superbe* trouve sa place dans cette catégorie. Dans le dictionnaire cet adjectif est défini comme quelque chose qui est 'très beau' (Robert, 1996 : 2168).

L'adjectif le plus fréquent de ce groupe est l'adjectif *idéal,e* (38 occurrences). Selon la définition du dictionnaire cet adjectif veut dire quelque chose « qui atteint toute la perfection que l'on peut concevoir ou souhaiter » (Robert, 1996 : 1120). Le sens de cet adjectif est très proche du sens de l'adjectif *parfait,e*. Un autre synonyme pour l'adjectif *idéal,e* pourrait être l'adjectif *optimal,e* qui apparaît lui-aussi dans les brochures touristiques quatre fois.

²⁶⁸ *Finlande : un art de vivre 2005* : 13.

Au total, nous avons rencontré dans le corpus 135 attestations des adjectifs qui se concentrent sur le thème de l'excellence. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *idéal,e* (38 occurrences), *superbe* (26 occurrences), *parfait,e* (23 occurrences) et *excellent,e* (22 occurrences):

cadre *idéal* pour faire du canoë²⁶⁹, Helsinki est une ville touristique *idéale*²⁷⁰, l'archipel de Turku est l'endroit *idéal* pour passer des vacances²⁷¹, le terrain de camping de Nallikari est l'endroit *idéal* pour profiter du spectacle du coucher du soleil sur la mer²⁷²

Messilä [...] est l'endroit *parfait* pour faire du sport²⁷³, La Finlande Centrale [...] est une région *parfaite* pour le tourisme d'hiver²⁷⁴, Puijo, piste *parfaite* pour les amateurs de snowboard²⁷⁵, la région de Jämsä : combinaison *parfaite* entre nature et culture²⁷⁶

superbe paysage vallonné²⁷⁷, *superbes* plages de Hanko²⁷⁸, *superbes* paysages lacustres²⁷⁹, Kuopio est un *superbe* endroit pour des vacances d'hiver²⁸⁰

excellents restaurants et magasins²⁸¹, *excellentes* pistes pour la randonnée²⁸², *excellents* terrains de golf²⁸³, *excellentes* installations de sports d'hiver²⁸⁴

G) Hôtes et visiteurs

Les gens ont un rôle assez important dans les brochures touristiques du corpus. Nous avons rencontré au total 68 attestations des adjectifs qui caractérisent les hôtes et les

²⁶⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 17.

²⁷⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 18.

²⁷¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 23.

²⁷² Finlande : un art de vivre 2004 : 22.

²⁷³ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 23.

²⁷⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 24.

²⁷⁵ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 41.

²⁷⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 25.

²⁷⁷ Finlande : un art de vivre 2003 : 33.

²⁷⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 14.

²⁷⁹ Finlande : un art de vivre 2005 : 45.

²⁸⁰ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 26.

²⁸¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 22.

²⁸² Finlande : un art de vivre 2003 : 32.

²⁸³ Finlande : un art de vivre 2005 : 38.

²⁸⁴ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 19.

visiteurs des destinations touristiques. En général, les hôtes sont mentionnés beaucoup plus souvent que les visiteurs. Ces premiers sont décrits avec un vocabulaire positif : ils sont *sympathiques* et *amicaux* :

Tampere [...] fourmillant de gens *sympathiques*²⁸⁵, habitants [...] *amicaux*²⁸⁶

Nous avons inclus dans cette catégorie également quelques adjectifs qui décrivent principalement les différentes villes de Finlande. Les brochures touristiques parlent par exemple des villes *accueillantes*. Nous pouvons supposer que dans ces cas l'adjectif *accueillant,e* fait référence aux gens des villes. De règle générale, les villes accueillantes sont remplies d'habitants accueillants :

petites villes *accueillantes* de Nilsiä, Iisalmi et Lapinlahti²⁸⁷, Helsinki est une ville *accueillante*²⁸⁸

Il est intéressant de remarquer que par exemple l'adjectif *humain,e* est très souvent utilisé pour décrire les villes du pays. Le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* donne pour l'origine de cet adjectif le mot latin *humanus* qui provient de l'autre mot latin *homo*. En fait, ce mot *homo* veut dire 'homme' en français (Robert, 1996 : 1108). De nos jours, selon la définition du dictionnaire on peut utiliser l'adjectif *humain,e* par exemple pour décrire quelqu'un « qui est compréhensif et compatissant » (Robert, 1996 : 1108). Dans les brochures touristiques étudiées c'est surtout la ville de Helsinki qui est caractérisée par cet adjectif :

Helsinki est une métropole à dimensions *humaines*²⁸⁹

En outre, il faut remarquer que certains adjectifs de ce groupe peuvent définir aussi l'ambiance des villes :

²⁸⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 27.

²⁸⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : 27

²⁸⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 47.

²⁸⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 11.

²⁸⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 12.

Luosto possède une atmosphère *chaleureuse* particulière²⁹⁰, La Carélie du Sud Un accueil *chaleureux*²⁹¹, Hôtels Sokos à Turku et Salo [...] appréciés pour leur ambiance *accueillante*²⁹²

Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont donc les adjectifs *chaleureux,-euse* (11 occurrences), *humain,e* (7 occurrences), *sympathique* (7 occurrences) et *accueillant,e* (5 occurrences). Comme nous avons constaté dans le précédent, ces adjectifs définissent les hôtes des destinations touristiques.

Quant aux touristes, ils ne sont mentionnés qu'une seule fois. L'adjectif qui définit les visiteurs est l'adjectif *inconditionnel,le* (1 occurrence) :

golfeurs *inconditionnels*²⁹³

H) Tranquillité

Au lieu de promouvoir uniquement les vacances actives, les professionnels du marketing essaient de vendre aux touristes également des séjours calmes. L'idée des vacances tranquilles est soutenue dans les brochures touristiques du corpus. Nous avons rencontré au total 48 attestations des adjectifs qui sont liées à ce thème. Le plus souvent, l'idée même de passer ses vacances tranquilles en Finlande a à voir avec le milieu naturel. Qui ne voudrait pas passer ses vacances près de la nature, dans un endroit reposant où on peut oublier le stress des grandes villes. Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont *idyllique* (11 occurrences), *paisible* (11 occurrences), *reposant,e* (7 occurrences), *tranquille* (4 occurrences), *calme* (4 occurrences) et *harmonieux,-euse* (4 occurrences) :

Loviisa est une ville maritime *idyllique*²⁹⁴, maisons en bois *idylliques*²⁹⁵, Salla, centre de ski et de vacances *idyllique*²⁹⁶, rythme *paisible*²⁹⁷, *paisibles* campagnes avoisinantes²⁹⁸, lac *paisible*²⁹⁹, espace aussi rafraîchissant que

²⁹⁰ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 40.

²⁹¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 26.

²⁹² Finlande : un art de vivre 2004 : 17.

²⁹³ Finlande : un art de vivre 2004 : 7.

²⁹⁴ Finlande : un art de vivre 2003 : 21.

²⁹⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 23.

²⁹⁶ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 59.

²⁹⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 26.

²⁹⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 20.

*paisible*³⁰⁰ un séjour au son *reposant*³⁰¹, expérience *reposante* au coeur de l'été finlandais³⁰² vacances agréables et *reposantes*³⁰³, situation *tranquille*³⁰⁴, eaux *tranquilles*³⁰⁵, vacances d'hiver plus *calmes*³⁰⁶, la Cathédrale, à l'élégance *harmonieuse*³⁰⁷

I) Adjectifs relatifs aux sensations

Parmi les adjectifs axiologiques du corpus nous avons rencontré 221 attestations des adjectifs qui sont relatifs aux sensations. Ces adjectifs ont pour but de donner une bonne impression des destinations touristiques en exagérant par exemple la beauté des vues panoramiques (les *saisissants* paysages de la Laponie³⁰⁸). Ils essayent de susciter chez le lecteur des sentiments d'étonnement et d'admiration. Les adjectifs de cette catégorie sont pour la plupart des cas des adjectifs verbaux. Il est caractéristique de ces adjectifs de promettre quelque chose de très spécial.

Les adjectifs les plus fréquents de ce groupe sont les adjectifs *extraordinaire* (37 occurrences), *intéressant,e* (24 occurrences), *passionnant,e* (20 occurrences), *fascinant,e* (13 occurrences), *impressionnant,e* (12 occurrences), *vivant,e* (11 occurrences) et *spectaculaire* (9 occurrences) :

la région de Kajaani est [...] un endroit *extraordinaire*³⁰⁹, *extraordinaire* nature du Grand Nord³¹⁰, Helsinki est plein de sites *intéressants* à visiter³¹¹, Forum Marinum un *intéressant* musée et centre de recherche sur la mer³¹², Helsinki est une ville [...] dynamique et *passionnante*³¹³, le zoo de Ranua est une destination *passionnante*³¹⁴, la vision *la plus impressionnante* [...] est celle des îles

²⁹⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 33.

³⁰⁰ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 5.

³⁰¹ Finlande : un art de vivre 2005 : 19.

³⁰² Finlande : un art de vivre 2005 : 44.

³⁰³ Finlande : un art de vivre 2003 : 34.

³⁰⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 36.

³⁰⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 32.

³⁰⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 6.

³⁰⁷ Finlande : un art de vivre 2003 : 18.

³⁰⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 31.

³⁰⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 36.

³¹⁰ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 23.

³¹¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 19.

³¹² Finlande : un art de vivre 2005 : 38.

³¹³ Finlande : un art de vivre 2005 : 11.

³¹⁴ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 24.

fortifiées de Suomenlinna-Sveaborg³¹⁵, paysages *impressionnants*³¹⁶, Lahti [...] est une cité lacustre très *vivante*³¹⁷, paysages naturels *spectaculaires*³¹⁸

J) Nature

Il est intéressant de constater que la nature est un thème très important parmi les adjectifs axiologiques du corpus. Nous avons rencontré au total 206 attestations d'adjectifs subjectifs relatifs au thème de la nature. L'adjectif le plus fréquent de ce groupe est l'adjectif *sauvage* (59 occurrences). Les brochures touristiques parlent constamment de la nature sauvage de Finlande. Elles décrivent aussi bien la nature sauvage du nord de la Finlande que celle des autres parties du pays :

les rives *sauvages* de la rivière Oulankajoki³¹⁹, le Nord aride et *sauvage*³²⁰, la station de Levi [...] dans une région *sauvage*³²¹, une zone de nature *sauvage* au caractère majestueux dont le plus bel élément est le Parc National de Repovesi³²², la région de Vaasa : la beauté *sauvage* de sa côte et de son archipel³²³, les étendues *sauvages* et désertiques du Parc National de Koli³²⁴, l'extraordinaire nature du Grand Nord : une flore et une faune *sauvage* et variée³²⁵

Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* l'adjectif *sauvage* veut dire quelque chose « qui est à l'état de nature ou qui n'a pas été modifié par l'action de l'homme » (Robert, 1996 : 2042). Il est vrai que la nature du nord de la Finlande est en maints endroits si inhabitée qu'on peut vraiment dire qu'il s'agit de la nature sauvage. Par contre, nous pouvons bien nous demander si les autres régions du pays sont sauvages de la même manière que les régions du nord. Plus probablement, les caractéristiques de la nature varient selon la situation géographique. De cette manière, on peut dire que par exemple les forêts finlandaises ne sont pas partout les mêmes dans le pays. Dans certaines

³¹⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 22.

³¹⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 13.

³¹⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 23.

³¹⁸ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 44.

³¹⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 32.

³²⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 32.

³²¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 34.

³²² Finlande : un art de vivre 2004 : 18.

³²³ Finlande : un art de vivre 2004 : 20.

³²⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 45.

³²⁵ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 23.

régions il y a certainement des forêts plus denses et plus sauvages que dans les autres parties du pays.

Il faut également remarquer que la nature est très différente dans les divers pays du monde. Par exemple, si nous comparons la nature finlandaise avec la nature du Brésil, nous pouvons bien dire que l'idée même de la nature sauvage est très différente dans ces deux pays du monde. Les forêts finlandaises sont des forêts de conifères tandis que les forêts du Brésil sont des forêts tropicales. On peut bien sûr considérer tous ces deux types de forêts comme sauvages mais très spontanément on commence à se demander si l'un de ces pays possède quand même des forêts plus sauvages que l'autre.

Dans cette étude, nous sommes d'avis que l'adjectif *sauvage* est utilisé d'une façon subjective. Au lieu d'employer l'adjectif *sauvage* pour décrire uniquement les sites naturels du pays, les rédacteurs utilisent cet adjectif d'une façon plus générale pour colorer les textes d'une nuance positive. Les brochures touristiques du corpus parlent, par exemple, de la beauté *sauvage*³²⁶ et des paysages *sauvages*³²⁷.

Nous supposons que dans l'emploi de l'adjectif *sauvage* on peut identifier la tendance des rédacteurs de promouvoir la Finlande en tant que pays du tourisme de nature. Quelques autres adjectifs du corpus se concentrent également sur le thème des vacances nature. Ces adjectifs sont par exemple les adjectifs *pur,e* (27 occurrences), *vierge* (17 occurrences), *poissonneux,-euse* (5 occurrences) et *virginal,e* (1 occurrence) :

rapides aux eaux *pures* de Ruuna et de Heinävesi³²⁸, la Laponie exotique et quasiment *vierge*³²⁹, la forêt noueuse et *vierge* d'un parc naturel au centre de Helsinki³³⁰, la belle nature *vierge* du nord-ouest de la Laponie³³¹, les eaux *pures* et limpides de Finlande, très *poissonneuses*³³², la Finlande Centrale a pour

³²⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 20.

³²⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 24.

³²⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

³²⁹ Finlande : un art de vivre 2003 : 2.

³³⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 16.

³³¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 15.

³³² Finlande : un art de vivre 2003 : 17.

atouts ses riches étendues d'eau *poissonneuses*³³³, vastes étendues de nature *virginale*³³⁴

K) Particularité

La particularité est un thème qu'on rencontre dans chacune des brochures touristiques du corpus. Par exemple, la brochure *Finlande-un art de vivre 2003* résume le thème des vacances particulières en Finlande de la façon suivante :

La Finlande recèle quelque chose de très *spécial* : son emplacement, sa nature, sa personnalité et ses différentes dimensions³³⁵

En plus de l'adjectif *spécial,e* (8 occurrences) quelques autres adjectifs expriment les caractéristiques particulières des objets. Ce sont par exemple les adjectifs *particulier,-ère* (20 occurrences), *spécifique* (19 occurrences), *caractéristique* (9 occurrences) et *distinct,e* (4 occurrences). Nous avons rencontré au total 86 attestations des adjectifs subjectifs qui se concentrent sur le thème de la particularité :

Région d'Oulu [...] lieu d'intérêt *particulier*³³⁶, ambiance tout à fait *particulière* en Finlande³³⁷, l'histoire de la Finlande est [...] très *particulière*³³⁸, les traditions et la culture *spécifique* de la Région des Lacs³³⁹, les rallyes sur circuit gelé sont l'une des activités *spécifiques* de la Finlande Centrale³⁴⁰, les côtes et les panoramas *caractéristiques* des environs de Tahko³⁴¹, événements *spéciaux*³⁴², cachet culturel *distinct*³⁴³

L) Adjectifs de l'irréel

Nous avons classifié dans ce groupe tous les adjectifs du corpus qui décrivent les caractéristiques irréelles des objets. Ces adjectifs ressemblent aux adjectifs qui sont

³³³ *Finlande : un art de vivre 2004* : 25.

³³⁴ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 8.

³³⁵ *Finlande : un art de vivre 2003* : 2.

³³⁶ *Finlande : un art de vivre 2005* : 22.

³³⁷ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 14.

³³⁸ *Finlande : un art de vivre 2003* : 4.

³³⁹ *Finlande : un art de vivre 2004* : 27.

³⁴⁰ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 24.

³⁴¹ *Finlande : un art de vivre 2005* : 47.

³⁴² *Finlande : un art de vivre 2003* : 34.

³⁴³ *Finlande : un art de vivre 2003* : 20.

relatifs aux sensations. Les adjectifs de ce groupe cherchent à éveiller les sentiments et l'imagination des lecteurs. Les brochures touristiques parlent, par exemple, de la beauté *magique* de la région de Laponie et de l'expérience *mystique* de la Laponie. Ces types de tournures montrent l'avis favorable des rédacteurs sur les régions pour lesquels ils font de la publicité. Les adjectifs de ce groupe sont les adjectifs *magique* (6 occurrences), *mystérieux,-euse* (3 occurrences), *mystique* (2 occurrences), *irréel,le* (2 occurrences), *paradisiale* (1 occurrence) et *féerique* (1 occurrence):

beauté *magique* de la région³⁴⁴, le 'Santapark', caverne *magique* entretenant l'esprit de Noël³⁴⁵, ambiance *magique* de la Laponie³⁴⁶, le *mystérieux* 'sisu' [...] que seuls les Finlandais possèdent³⁴⁷, expérience *mystique* de la Laponie³⁴⁸, le paysage hivernal et le silence [...] presque *irréels*³⁴⁹, Île de Viikinsaari-découverte d'un lieu de vacances *paradisiale*³⁵⁰, l'univers nordique où une dimension *féerique* est toujours présente³⁵¹

M) Facilité

Il est intéressant de voir que l'adjectif *facile* est assez fréquent dans les brochures touristiques. Il apparaît au total 29 fois dans le corpus de notre travail. Le plus souvent, cet adjectif désigne les lieux qui sont faciles d'accès. Il peut décrire également les villes qui sont faciles à découvrir :

Helsinki est une ville touristique idéale, *facile* d'accès et à découvrir³⁵²

En plus de l'adjectif *facile* deux autres adjectifs se concentrent sur le thème de la facilité dans les brochures étudiées. Il s'agit des adjectifs *possible* (5 occurrences) et *simple* (3 occurrences) :

En Finlande, le shopping est aussi *simple* que *possible*³⁵³

³⁴⁴ Finlande : un art de vivre 2004 : 31.

³⁴⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 30.

³⁴⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 8.

³⁴⁷ Finlande : un art de vivre 2003 : 3.

³⁴⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 13.

³⁴⁹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 6.

³⁵⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 24.

³⁵¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 2.

³⁵² Finlande : un art de vivre 2003 : 18.

N) Intensité

Dans ce dernier groupe des adjectifs axiologiques nous avons classifié les adjectifs qui décrivent l'intensité ou la vivacité des objets. Il est important de remarquer que certains adjectifs de cette classe peuvent avoir des sens différents selon le contexte. Par exemple, l'adjectif *fort,e* (23 occurrences) est un bon exemple de ces adjectifs. Dans son sens original, l'adjectif *fort,e* est associée dans la définition du dictionnaire aux notions de la force et de la taille physiques (Robert, 1996 : 953). Dans les brochures touristiques du corpus cet adjectif n'apparaît pourtant pas dans ces sens. Par contre, il est utilisé uniquement dans un sens plus abstrait. C'est pourquoi nous pouvons bien catégoriser cet adjectif sous les adjectifs axiologiques.

Il est évident que l'adjectif *fort,e* ressemble souvent aux adjectifs relatifs aux sensations de notre travail. Il faut pourtant remarquer que cet adjectif n'exprime pas directement les émotions mais plutôt l'intensité de celles-ci. Les brochures touristiques de notre corpus parlent par exemple des moments *forts* que la beauté de la nature finlandaise assure aux touristes. Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* 'les moments forts' sont des moments pendant lesquels « l'émotion est intense » (Robert, 1996 : 954). L'adjectif *fort,e* est l'adjectif le plus populaire de ce groupe et il apparaît au total 23 fois dans les brochures touristiques de notre travail :

sensations *fortes*³⁵⁴, les monts Pyhä et Luosto [...] proposent des expériences plus *fortes* que jamais³⁵⁵, les Sâme ont développé une culture *forte* et originale³⁵⁶, *fortes* traditions culturelles³⁵⁷, *fort* souvenir³⁵⁸, moment *fort* de l'équipée³⁵⁹

L'adjectif *fort,e* n'est pas le seul adjectif de ce groupe qui exprime l'intensité d'un objet. Bien sûr que l'adjectif *intense* (5 occurrences) définit également cette caractéristique :

³⁵³ Finlande : un art de vivre 2003 : 10.

³⁵⁴ Finlande : un art de vivre 2004 : 18.

³⁵⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 39.

³⁵⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 3.

³⁵⁷ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 12.

³⁵⁸ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 30.

³⁵⁹ Finlande : un art de vivre 2005 : 49.

intense activité culturelle³⁶⁰, activité économique *intense*³⁶¹

Les autres adjectifs de ce groupe se concentrent sur le thème de la vivacité. Les brochures touristiques parlent par exemple des vacances *actives* et *dynamiques*. Selon notre catégorisation ces adjectifs sont considérés comme des synonymes. Pour une certaine raison, l'adjectif *actif, -ive* (17 occurrences) est beaucoup plus fréquent dans notre travail que l'adjectif *dynamique* (6 occurrences) :

Saariselkä est un centre touristique très *actif*³⁶², vacances *actives*³⁶³, Helsinki est une ville européenne moderne à la vie culturelle *active*³⁶⁴, Helsinki [...] le centre *dynamique* d'un pays marqué par la modernité³⁶⁵, vacances *dynamiques* dans la région de Kuopio³⁶⁶, Pyhä : pour un séjour *dynamique*³⁶⁷

Il est intéressant de constater que les adjectifs de ce groupe ont au total 65 attestations dans les brochures touristiques du corpus. Les adjectifs de l'intensité sont donc plus fréquents dans notre travail que par exemple les adjectifs qui sont relatifs au thème de la tranquillité (48 occurrences)³⁶⁸. Dans le cadre des adjectifs de la tranquillité, nous avons dit que l'idée même de passer ses vacances calmes avait à voir avec le milieu naturel. Maintenant, nous devons remarquer que selon les brochures étudiées on passe les vacances actives le plus souvent dans les villes ou bien dans les grands sites touristiques.

³⁶⁰ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 20.

³⁶¹ *Finlande : un art de vivre 2003* : 26.

³⁶² *Finlande : un art de vivre 2003* : 33.

³⁶³ *Finlande : un art de vivre 2004* : 2.

³⁶⁴ *Finlande : un art de vivre 2005* : 16.

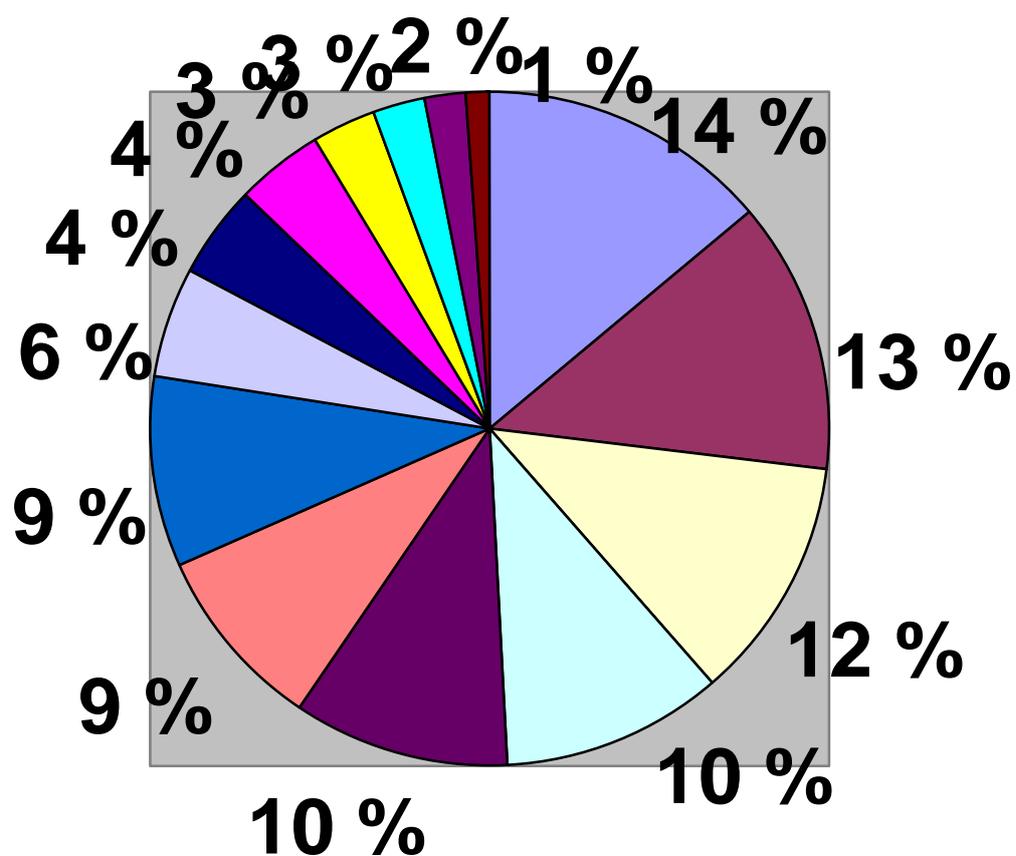
³⁶⁵ *Finlande : un art de vivre 2004* : 8.

³⁶⁶ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 27.

³⁶⁷ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 39.

³⁶⁸ voir le chapitre 4.2.2.1 H) Tranquillité

Tableau 12. Adjectifs évaluatifs axiologiques en thèmes



- adjectifs relatifs aux sensations 14%
- nature 13%
- notoriété 11,70%
- authenticité 10,40%
- bonté 10,30%
- beauté 9%
- excellence 9%
- particularité 5,50%
- hôtes et visiteurs 4,40%
- intensité 4,20%
- tranquillité 3%
- facilité 2,50%
- cuisine 2%
- adjectifs de l'irréel 1%

4.2.2.2 Adjectifs évaluatifs non axiologiques

Nous avons déjà traité les principales caractéristiques des adjectifs non axiologiques dans les chapitres 3.3.2.2 et 4.2.2. Dans cette partie de la recherche, nous étudions plus en détail les adjectifs de cette classe. Nous nous rappelons donc que selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs évaluatifs non axiologiques sont des adjectifs qui « impliquent une évaluation qualitative ou quantitative de l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96). Cette évaluation se produit sans jugement de valeur et engagement affectif du locuteur (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96). Les adjectifs *grand*, *loin*, *chaud* et *nombreux* sont des exemples des adjectifs typiquement non axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94).

Selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs évaluatifs non axiologiques sont connus pour leur caractère graduable. On peut dire par exemple que « la route est assez large, très large, plus large que la maison » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96). Il faut remarquer que selon Kerbrat-Orecchioni l'utilisation des adjectifs non axiologiques se fonde sur une double norme qui est à la fois interne à l'objet et spécifique du locuteur (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 96-97). L'emploi de ces types d'adjectifs dépend de « *l'idée que le locuteur se fait de la norme d'évaluation pour une catégorie d'objets donnée* »³⁶⁹ (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 97).

Autrement dit, Kerbrat-Orecchioni explique qu'il est possible d'examiner le caractère graduable des adjectifs non axiologiques de deux façons différentes. Au lieu d'analyser uniquement des phrases du type « la route est plus large que la maison », on peut également étudier des phrases plus petites. Kerbrat-Orecchioni donne un exemple de ces dernières. Elle explique que la phrase « cette maison est grande » veut en fait dire :

« cette maison est plus grande que la norme de grandeur pour une maison d'après l'idée que je m'en fais (elle-même fondée sur mon expérience personnelle des maisons) » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 97).

Nous avons déjà dit dans le chapitre 4.2³⁷⁰ que la subjectivité peut se manifester dans un discours de façon explicite ou de façon implicite. Nous devons préciser qu'on ne peut

³⁶⁹ en italique dans l'original

³⁷⁰ voir le chapitre 4.2

pas évaluer le caractère subjectif d'un adjectif sans prendre en compte tout le contexte du discours. Il est vrai que le contexte peut se charger de spécifier la valeur axiologique d'un adjectif. Par exemple, la conjonction de coordination 'mais' peut contredire ce qui est attendu. De la phrase « cette maison est ancienne, mais petite » on tire implicitement la conclusion que

« les maisons anciennes sont généralement grandes, c'est-à-dire plus grandes que les maisons modernes » (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 103-104).

Selon Ducrot le choix de l'adjectif est très intéressant parmi les adjectifs non axiologiques. Tout dépend de la conclusion qu'on veut tirer de la phrase. Si on dit que « la bouteille est à moitié vide » on souligne le fait qu'il faut la remplir. Et par contre, si on dit que « la bouteille est à moitié pleine » on remarque la possibilité de la vider (Ducrot, 1980 : 25).

Nous catégoriserons les adjectifs évaluatifs non axiologiques dans cette analyse par thèmes qui expriment la grandeur, le nombre, la température, le temps, l'étendue, la hauteur, la distance, la totalité et l'abondance.

A) Grandeur

L'adjectif *grand,e* est l'un des exemples des adjectifs que Kerbrat-Orecchioni a placé dans sa théorie dans la classe des évaluatifs non axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94). C'est pourquoi il est facile de commencer notre catégorisation des adjectifs évaluatifs non axiologiques avec l'analyse de cet adjectif.

L'adjectif *grand,e* est l'un des adjectifs les plus fréquents de tout notre travail. Il apparaît au total 165 fois dans les brochures touristiques du corpus. L'adjectif *grand,e* a plus de deux fois de plus d'occurrences que son antonyme l'adjectif *petit,e* (67 occurrences) que nous avons également inclus dans cette catégorie. Comme l'adjectif *grand,e* est si dominant parmi les adjectifs de ce groupe nous avons décidé de nommer cette catégorie 'grandeur'. Il faut remarquer que malgré ce nom l'adjectif *petit,e* est également classifié sous cette catégorie. Les adjectifs *grand,e* et *petit,e* ont ensemble 232 occurrences dans les brochures touristiques du corpus.

Le plus souvent, l'adjectif *grand,e* décrit la taille d'un objet. Nous avons rencontré 91 attestations de cet adjectif qui se réfèrent à une dimension. Les brochures touristiques du corpus parlent par exemple de *grands* lacs et de *grandes* villes :

le *grand* lac Pielinen³⁷¹, la Carélie du Nord [...] ses *grands* lacs³⁷², la paix des *grands* espaces³⁷³, l'animation d'une *grande* ville [...] dans le centre de Turku³⁷⁴

Il est intéressant de constater que l'idée de la grandeur est très souvent renforcée par l'usage d'un superlatif (49 occurrences). Les rédacteurs aiment bien comparer les attractions touristiques de Finlande avec celles des autres pays d'Europe et même avec celles du monde entier. Il est vrai qu'il s'agit d'une caractéristique positive si la Finlande possède quelque chose de plus grand que certains autres pays du monde:

Suomenlinna est l'une des plus *grandes* forteresses maritimes du monde³⁷⁵, le Lac Saimaa, quatrième plus *grand* lac d'Europe³⁷⁶, le plus *grand* château de neige du monde est élevé tous les ans à Kemi³⁷⁷

La grandeur est donc un trait positif dans les brochures touristiques du corpus. Nous pouvons bien placer l'adjectif *grand,e* sous la catégorie des adjectifs évaluatifs non axiologiques. Il faut quand même se rappeler que l'adjectif *grand,e* peut avoir différentes significations selon le contexte. Il peut désigner également une autre qualité d'un objet que la taille.

Selon le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* l'adjectif *grand,e* a parfois un sens plus général ou plus large. La signification de cet adjectif est alors bien spécifique. Le dictionnaire nous donne les exemples suivants pour illustrer cette particularité. Quand on parle d'un *grand personnage* on pense à quelqu'un qui a une importance sociale ou politique. Et quand on parle d'une *grande nouvelle* on parle d'une nouvelle qui est importante. (Robert, 1996 : 1038-1039). Le plus souvent, l'adjectif *grand,e* prend un sens

³⁷¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 31.

³⁷² Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

³⁷³ Finlande : un art de vivre 2005 : 29.

³⁷⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 38.

³⁷⁵ Finlande : un art de vivre 2004 : 13.

³⁷⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 26.

³⁷⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 35.

différent quand il désigne les personnes. Il faut se rappeler que dans ce cas-là cet adjectif précède le substantif qu'il détermine (par exemple 'un *grand* homme'). Selon Arrivé *et al.* l'adjectif *grand,e* garde sa signification originale liée à la taille s'il est placé après le substantif pour définir une personne ('un homme *grand*') (Arrivé *et al.*, 1983 : 206-207).

Nous avons rencontré dans les brochures touristiques au total 74 attestations de l'adjectif *grand,e* qui décrivent une autre qualité de l'objet que la taille. Dans ces cas cet adjectif a perdu sa signification originale liée à la taille. C'est pourquoi nous pourrions bien catégoriser ces attestations de l'adjectif *grand,e* sous un autre groupe des adjectifs subjectifs, c'est-à-dire sous les adjectifs axiologiques³⁷⁸. Mais comme la signification originale de cet adjectif est fortement non axiologique, nous nous contentons de placer ces attestations également sous la catégorie des adjectifs non axiologiques. Depuis le début de cette étude le principe de notre travail est de garder les attestations d'un même adjectif dans une même catégorie des adjectifs. Voici quelques cas où l'adjectif *grand,e* définit dans les brochures touristiques du corpus une autre qualité de l'objet que la taille :

grands compositeurs finlandais³⁷⁹, la *grande* cantatrice Aino Ackté³⁸⁰, environnement naturel d'une *grande* beauté³⁸¹, les *grandes* neiges³⁸², *grande* richesse ornithologique³⁸³, les *grands* noms de la scène finlandaise³⁸⁴

Pour conclure cette partie de l'analyse sur l'adjectif *grand,e* nous disons quelques mots sur les conditions dans lesquelles cet adjectif est considéré comme subjectif. Il est évident que la grandeur est conçue différemment dans les diverses cultures. L'opinion personnelle des gens peut varier sur les normes d'évaluation de la grandeur. Par exemple, on peut bien se demander combien d'habitants il faut pour qu'une ville soit grande. Et de la même manière, on peut se demander quelles sont les dimensions d'une grande église.

³⁷⁸ par exemple, la formule qui fait partie du groupe des adjectifs axiologiques 'célèbre architecte Alvar Aalto' (*Finlande : un art de vivre 2005* : 36) pourrait être remplacé par la formule de cette classe 'grand homme de l'architecture [...] Alvar Aalto' (*Finlande : un art de vivre 2003* : 8.).

³⁷⁹ *Finlande : un art de vivre 2004* : 9.

³⁸⁰ *Finlande : un art de vivre 2005* : 26.

³⁸¹ *Finlande : un art de vivre 2005* : 46.

³⁸² *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 35.

³⁸³ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 18.

³⁸⁴ *Finlande : rêves d'hiver 2005-2006* : 44.

Le contraire de l'adjectif *grand,e* est l'adjectif *petit,e*. Nous avons rencontré au total 67 attestations de l'adjectif *petit,e* dans les brochures touristiques du corpus. Cet adjectif (67 occurrences) est donc plus de deux fois de moins fréquent que l'adjectif *grand,e* (165 occurrences). De ce fait, on pourrait bien imaginer que l'adjectif *petit,e* ne joue pas un rôle important parmi les adjectifs qui expriment la taille. D'un point de vue marketing, il est naturel que les rédacteurs préfèrent mentionner les attractions touristiques qui sont réputées pour leur grandeur. Qui voudrait visiter une petite ville où il y a peu d'activité ?

Malgré sa connotation parfois un peu négative, les rédacteurs ont bien réussi à colorer l'adjectif *petit,e* d'une nuance positive dans les brochures touristiques du corpus. Très souvent, cet adjectif est placé dans un même syntagme nominal avec un adjectif affectif *charmant,e*. Les brochures parlent par exemple de *petites* communes charmantes et de *charmantes* petites villes. Il est évident que dans ces cas-là l'adjectif *petit,e* reçoit un trait beaucoup plus positif que dans les cas où il est utilisé tout seul dans un syntagme nominal :

la force d'une *petite* nation³⁸⁵, Pietarsaari est une *petite* commune charmante³⁸⁶, Rauma, Naantali ou Porvoo, *petites* villes aux maisons en bois³⁸⁷, Loviisa est une délicieuse *petite* ville côtière³⁸⁸, Åland, un *petit* pays à lui tout seul³⁸⁹, Nurmes : charmante *petite* ville³⁹⁰

Le plus souvent, l'adjectif *petit,e* exprime la taille de l'objet dans les brochures touristiques du corpus. Nous avons quand même rencontré quelques cas où cet adjectif définit une autre qualité de l'objet que la taille. Quand l'adjectif *petit,e* désigne les personnes, il prend un sens différent de sa signification originale. Quand on parle par exemple 'de *petits* brasseurs'³⁹¹ on parle des brasseurs qui ont une condition ou une situation peu importante (Robert, 1996 : 1651).

³⁸⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 6.

³⁸⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : 25.

³⁸⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 8.

³⁸⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 15.

³⁸⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 17.

³⁹⁰ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 28.

³⁹¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 23.

En outre, il est intéressant de remarquer que parfois l'adjectif *petit,e* est utilisé dans un même contexte avec l'adjectif *grand,e*. Nous avons rencontré trois exemples de tels cas :

Helsinki [...] une ville à la fois *petite* et *grande*³⁹², Tampere, une *petite* ville qui a tout d'une *grande*³⁹³, lacs *petits* et *grands*³⁹⁴

Avant de terminer l'analyse sur les adjectifs de grandeur nous mentionnons que les adjectifs *immense* (4 occurrences) et *énorme* (2 occurrences) peuvent être des synonymes de l'adjectif *grand,e*. C'est pourquoi nous catégorisons également ces adjectifs sous ce groupe :

l'immense archipel de Turku³⁹⁵, *énorme* sauna à l'ancienne³⁹⁶

B) Nombre

Une des caractéristiques des brochures du corpus est le fait qu'elles soulignent constamment le grand nombre d'activités et d'attractions touristiques de Finlande. Par exemple, l'adjectif *nombreux,-euse*, l'un des adjectifs les plus fréquents de tout le corpus, a 133 occurrences dans les brochures étudiées. Cet adjectif se réfère à une grande quantité. Selon la définition du dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* l'adjectif *nombreux,-euse* pourrait dans certains contextes être remplacé par l'adverbe beaucoup. Dans ces cas-là cet adjectif est placé avant le substantif (comme par exemple dans la formule 'dans de *nombreux* cas') (Robert, 1996 : 1494).

Il est donc certain que l'adjectif *nombreux,-euse* implique une évaluation quantitative de l'objet qu'il détermine. Selon la catégorisation de Kerbrat-Orecchioni cet adjectif est un bon exemple des adjectifs évaluatifs non axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94). Dans les brochures touristiques du corpus l'adjectif *nombreux,-euse* est considéré comme favorable :

³⁹² *Finlande : un art de vivre 2003* : 26.

³⁹³ *Finlande : un art de vivre 2004* : 24.

³⁹⁴ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 43.

³⁹⁵ *Finlande : un art de vivre 2003* : 23.

³⁹⁶ *Finlande : un art de vivre 2003* : 29.

nombreux événements culturels et sportifs³⁹⁷, *nombreuses* curiosités et attractions de la région³⁹⁸, *nombreuses* spécialités finlandaises³⁹⁹, *nombreux* villages de pêcheurs⁴⁰⁰, Suomu est une destination de vacances aux *nombreuses* facettes⁴⁰¹, les élans sont très *nombreux* en Finlande⁴⁰², *nombreuses* possibilités de sports d'hiver⁴⁰³

Quant au degré de la subjectivité de l'adjectif *nombreux,-euse* on peut toujours rédiger les mêmes types de questions que nous avons déjà posés sur l'adjectif *grand,e*⁴⁰⁴. On peut se demander combien d'événements il faut qu'on peut parler de *nombreux* événements. On peut également s'interroger par exemple sur le nombre des élans en Finlande étant donné qu'ils sont *très nombreux* dans ce pays. De cette phrase on peut tirer la question suivante : combien d'élans il faut y avoir pour qu'on puisse dire qu'il y a de *très nombreux* élans en Finlande?

En outre, l'autre adjectif qui exprime le nombre d'un objet est l'adjectif *seul,e*. Cet adjectif est beaucoup moins fréquent dans les brochures touristiques du corpus que l'adjectif *nombreux,-euse* car il n'apparaît que 28 fois. Cela ne veut pas dire qu'il s'agit d'un adjectif qui a une connotation négative. Au contraire, l'adjectif *seul,e* apporte souvent une nuance positive sur l'objet qu'il détermine. Par exemple, dans les exemples suivants cet adjectif est conçu d'une manière favorable :

seul pays au monde à être doté de milliers de lacs, la Finlande⁴⁰⁵, les Sâme sont le *seul* peuple indigène présent en Union européenne⁴⁰⁶

Il faut remarquer que l'adjectif *seul,e* est parfois remplacé par l'adjectif *rare* (9 occurrences). Dans ces cas cet adjectif veut dire quelque chose qui est peu nombreux :

³⁹⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 20.

³⁹⁸ Finlande : un art de vivre 2004 : 32.

³⁹⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

⁴⁰⁰ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 25.

⁴⁰¹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 31.

⁴⁰² Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 11.

⁴⁰³ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 38.

⁴⁰⁴ voir le chapitre 4.2.2.2 A) Grandeur.

⁴⁰⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 15.

⁴⁰⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 8.

La Finlande du Nord est l'une des *rare*s régions du monde où vous pourrez encore découvrir une nature immaculée et sauvage⁴⁰⁷

En dernier, nous catégorisons les adjectifs *innombrable* (8 occurrences), *illimité,e* (3 occurrences) et *infini,e* (2 occurrences) sous ce groupe. Ces adjectifs ont un point commun. Ils expriment quelque chose qui est d'un nombre trop considérable pour être compté :

innombrables étangs et lacs⁴⁰⁸, *innombrables* possibilités⁴⁰⁹, possibilités *illimitées*⁴¹⁰, possibilités *infinies*⁴¹¹

C) Température

Selon Kerbrat-Orecchioni les adjectifs de température font partie de la classe des adjectifs évaluatifs non axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 94, 100). Nous avons rencontré dans les brochures touristiques du corpus quatre adjectifs qu'on peut regrouper sous cette catégorie. Ce sont les adjectifs *chaud,e* (10 occurrences), *froid,e* (8 occurrences), *frais,fraîche* (6 occurrences) et *bouillant,e* (2 occurrences).

Il est intéressant de voir que ce sont surtout les adjectifs *chaud,e* et *froid,e* qui caractérisent les températures des divers mois et des diverses saisons de l'année :

un pays au nord [...] où l'été est parfois plus *chaud* qu'au coeur de l'Europe⁴¹², la pointe sud de la Finlande la région *la plus chaude* de Finlande⁴¹³, *chaude* journée d'été⁴¹⁴, la température *la plus froide* jamais enregistrée en Finlande à Pokka, Kittilä [...] -51.5°C.⁴¹⁵, *froides* journées d'hiver⁴¹⁶

⁴⁰⁷ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 9.

⁴⁰⁸ Finlande : un art de vivre 2003 : 16.

⁴⁰⁹ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 9.

⁴¹⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 2.

⁴¹¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 17.

⁴¹² Finlande : un art de vivre 2003 : 2.

⁴¹³ Finlande : un art de vivre 2004 : 14.

⁴¹⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 43.

⁴¹⁵ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 46.

⁴¹⁶ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

En revanche, les adjectifs *frais, fraîche* et *bouillant, e* peuvent définir plus librement toute sorte d'objets :

eau *fraîche* voir glacée⁴¹⁷, sauna *bouillant*⁴¹⁸

D) Temps

Nous avons déjà traité la question des adjectifs exprimant le temps dans le cadre des adjectifs objectifs de référence temporelle⁴¹⁹. Dans cette partie de l'analyse, nous nous concentrons sur les adjectifs subjectifs qui se réfèrent au temps. Tout d'abord, il faut remarquer que parfois il peut être difficile de déterminer si un adjectif appartient au groupe des adjectifs objectifs ou à celui des adjectifs subjectifs. Quant aux adjectifs exprimant le temps ce choix entre les catégories est encore plus difficile pour une raison. Bien plus que les autres adjectifs de la langue les adjectifs exprimant le temps sont liés au moment où ils sont prononcés. On peut dire que c'est souvent le contexte lui-même qui détermine si l'usage d'un adjectif est possible pour définir le temps. Par exemple, quand le temps passe la technologie *moderne* peut devenir *démodée* et les siècles *suivants* seront des siècles *passés*. De la même manière, nous tous, les êtres humains, sommes *jeunes* dans l'enfance et avec le temps nous deviendrons *vieux*.

Selon notre catégorisation les adjectifs subjectifs qui décrivent le temps dans les brochures touristiques du corpus sont le plus souvent liés à la définition de l'âge. Nous savons bien que par exemple dans la vie de tous les jours l'âge est exprimé par les numéros. Quand on parle de l'âge d'une personne et de l'âge d'une église on utilise des numéros différents. Il est difficile de savoir l'âge de plusieurs choses sans avoir de bonne information. Pour évaluer l'âge des objets nous devons le plus souvent donner notre opinion personnelle qui se base sur notre expérience. C'est pourquoi nous pouvons bien dire que nous sommes plutôt dans le côté de la subjectivité quand nous estimons l'âge. Dans les brochures touristiques du corpus nous avons rencontré un adjectif avec lequel on peut exprimer l'âge d'un objet avec des numéros bien précis. Il s'agit de l'adjectif

⁴¹⁷ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 19.

⁴¹⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : dos de la couverture

⁴¹⁹ voir le chapitre 4.1.2 Adjectifs de référence temporelle

vieux, vieil/le. Par exemple, la brochure *Finlande- un art de vivre 2004* parle d'un bateau qui est *vieux* de cent ans⁴²⁰.

Le contraire de l'adjectif *vieux, vieille* est l'adjectif *nouveau, nouvel/le*. Avec ce dernier on ne peut pourtant pas exprimer l'âge d'un objet avec des numéros. L'adjectif *nouveau, nouvel/le* a quand même tout à fait les mêmes caractéristiques sémantiques que l'adjectif *vieux, vieille* même si sa signification est bien sûr différente. Chacun de ces deux adjectifs a par exemple une forme spéciale qu'on emploie devant un nom commençant par une voyelle ou un *h* muet. Selon le dictionnaire *Le Nouveau Petit Robert* on doit par exemple dire en français '*un vieil homme*' pour désigner un homme qui est *vieux* (Robert, 1996 : 2389).

Nous regroupons donc les adjectifs *vieux, vieille* et *nouveau, nouvel/le* sous la même catégorie des adjectifs subjectifs non axiologiques. Le troisième adjectif de cette classe est l'adjectif *jeune* qui est souvent considéré comme l'antonyme de l'adjectif *vieux, vieil/le*. En outre, nous avons également rencontré deux attestations de l'adjectif *neuf, neuve* qui est le synonyme de l'adjectif *nouveau, nouvel/le*. Les adjectifs de ce groupe sont donc les adjectifs *vieux, vieil/le* (38 occurrences), *nouveau, nouvel/le* (26 occurrences), *jeune* (4 occurrences) et *neuf, neuve* (2 occurrences). Ces adjectifs ont au total 70 attestations dans les brochures touristiques du corpus. Le plus souvent, ces adjectifs définissent les caractéristiques des villes :

nouvelles expériences [...] sur la culture *sâme*⁴²¹, *nouveau* Musée de la Mer de Rauma⁴²², *nouvelle* exposition permanente du Musée Régional de Laponie⁴²³, le tout *nouveau* site à visiter à Inari est le Siida⁴²⁴, l'entité *nouvelle* de Pyhä-Luosto⁴²⁵, le *Vieux* Porvoo⁴²⁶, la *vieille* ville de Porvoo⁴²⁷, la *vieille* ville de Rauma⁴²⁸, *vieux* de cent ans, ce bateau⁴²⁹, la *vieille* église de Petäjävesi⁴³⁰,

⁴²⁰ *Finlande : un art de vivre 2004* : 24.

⁴²¹ *Finlande : un art de vivre 2003* : 33.

⁴²² *Finlande : un art de vivre 2005* : 20.

⁴²³ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 18.

⁴²⁴ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 41.

⁴²⁵ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 26.

⁴²⁶ *Finlande : un art de vivre 2003* : 21.

⁴²⁷ *Finlande : un art de vivre 2004* : 13.

⁴²⁸ *Finlande : un art de vivre 2004* : 19.

⁴²⁹ *Finlande : un art de vivre 2004* : 24.

⁴³⁰ *Finlande : un art de vivre 2004* : 25.

objets vikings *vieux* de plus de 1000 ans⁴³¹, Rauma, réputée pour ses *vieilles* maisons en bois⁴³², charmantes *vieilles* maisons en bois⁴³³, *la plus jeune* génération d'artistes⁴³⁴, sensations *neuves*⁴³⁵

E) Étendue

Au début de ce chapitre nous avons déjà parlé des adjectifs évaluatifs non axiologiques qui décrivent la grandeur. Nous avons alors dit que dans leur sens originaux les adjectifs *grand,e* et *petit,e* décrivent la taille. Pour approfondir cette définition nous devons maintenant admettre qu'il y a également quelques autres adjectifs qui caractérisent la taille dans les brochures touristiques du corpus. Certains de ces adjectifs peuvent selon le contexte être considérés comme synonymes de l'adjectif *grand,e*. Par exemple, les adjectifs *vaste* et *large* correspondent souvent au sens de l'adjectif *grand,e*. Ces adjectifs ont quand même un sens bien spécifique ce qui fait qu'ils doivent être analysés à part.

Selon notre catégorisation les adjectifs de ce groupe définissent les différentes dimensions de la taille. Comme l'adjectif le plus fréquent de ce groupe est l'adjectif *vaste* nous avons donné à cette classe le nom 'étendue'. La longueur et la largeur sont les autres dimensions de la taille qui sont présentées par les adjectifs de cette catégorie. Les adjectifs qui appartiennent à ce groupe sont les adjectifs *vaste* (76 occurrences), *long,ue* (41 occurrences), *large* (20 occurrences), *étroit,e* (6 occurrences), *spacieux,-euse* (4 occurrences), *dense* (2 occurrences), *court,e* (2 occurrences), *épais,se* (2 occurrences) et *interminable* (1 occurrence). Au total, nous avons rencontré 154 attestations de ces adjectifs.

Il faut remarquer que les adjectifs de ce groupe peuvent définir toute sorte d'objets. Nous avons remarqué qu'il y a quand même un adjectif qui est en particulier utilisé pour décrire les divers sites naturels. C'est l'adjectif *vaste* :

⁴³¹ *Finlande : un art de vivre 2005* : 40.

⁴³² *Finlande : un art de vivre 2005* : 47.

⁴³³ *Finlande : rêves d'hiver 2004-2005* : 42.

⁴³⁴ *Finlande : un art de vivre 2003* : 31.

⁴³⁵ *Finlande : rêves d'hiver 2003-2004* : 14.

Yyteri et Kalajoki sont [...] connues pour leurs *vastes* étendues de dunes de sable⁴³⁶, paysages de *vastes* lacs⁴³⁷, la *vaste* région des monts lapons⁴³⁸, *vastes* zones sauvages⁴³⁹, la *vaste* zone vallonnée de Levi⁴⁴⁰ la Finlande possède *le plus vaste* archipel d'Europe⁴⁴¹, *la plus vaste* étendue d'eau de Finlande du Sud-Ouest qu'est le Lac de Pyhäjärvi⁴⁴²

En outre, il est intéressant de constater l'adjectif *long,ue* est très souvent utilisé sous sa forme superlative (12 occurrences):

le parcours de ski *le plus long* du monde⁴⁴³, Ylläs dispose du réseau de pistes de ski alpin *le plus long* de Finlande⁴⁴⁴, l'itinéraire *le plus long* de navigation intérieure [...] relie les villes de Kuopio et Savonlinna⁴⁴⁵

F) Hauteur

La hauteur est un des thèmes les moins fréquents parmi les adjectifs évaluatifs non axiologiques du corpus. Nous n'avons rencontré que sept attestations des adjectifs qui expriment directement la hauteur d'un objet. Les adjectifs qui définissent cette propriété sont les adjectifs *haut,e* et *bas,se* :

la colline de Puijo, *haute* de 150 mètres⁴⁴⁶, *haut* de 718 m, le mont Ylläs⁴⁴⁷, passage des plus *hautes* écluses du Canal du Saimaa⁴⁴⁸, petites maisons *basses*⁴⁴⁹

Même si la signification originale de l'adjectif *haut,e* est très étroitement liée à la définition de la taille, il prend le plus souvent un sens différent dans les brochures

⁴³⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : 25.

⁴³⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 29.

⁴³⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 41.

⁴³⁹ Finlande : rêves d'hiver 2005-2006 : 15.

⁴⁴⁰ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 43.

⁴⁴¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 11.

⁴⁴² Finlande : un art de vivre 2005 : 40.

⁴⁴³ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 33.

⁴⁴⁴ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 42.

⁴⁴⁵ Finlande : un art de vivre 2003 : 29.

⁴⁴⁶ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 26.

⁴⁴⁷ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 42.

⁴⁴⁸ Finlande : un art de vivre 2005 : 46.

⁴⁴⁹ Finlande : un art de vivre 2004 : 15.

touristiques du travail. Nous avons rencontré même 28 attestations de cet adjectif où il a un sens plus abstrait. Dans les expressions suivantes l'adjectif *haut,e* est coloré d'une nuance positive :

le paradis *haut* en couleur⁴⁵⁰, manifestations culturelles de *haut* niveau⁴⁵¹, une *haute* idée du service⁴⁵², le passé *haut* en couleur de Hamina⁴⁵³, restaurants de *haut* niveau⁴⁵⁴

Il est évident que dans les exemples mentionnés ci-dessus le sens de l'adjectif *haut,e* n'est plus celui d'un adjectif évaluatif non axiologique. Comme la signification originale de l'adjectif *haut,e* est quand même non axiologique, nous avons placé toutes les attestations de cet adjectif dans cette catégorie.

Le troisième adjectif de groupe est l'adjectif *profond,e*. Dans son sens original, il exprime la hauteur d'un objet au-dessous de la surface du sol. Il peut être le synonyme de l'adjectif *bas,se*. Dans les brochures touristiques étudiées, l'adjectif *profond,e* est utilisée d'une façon abstraite :

Alvar Aalto a laissé une *profonde* empreinte sur l'architecture de sa ville natale Jyväskylä⁴⁵⁵, le Vieux Raahe [...] donne une *profonde* historique à la ville moderne⁴⁵⁶

G) Distance

Ce groupe comprend tous les adjectifs subjectifs du corpus qui expriment la distance. Nous avons rencontré au total 127 attestations de tels adjectifs. Il est intéressant de remarquer que les brochures mentionnent presque uniquement les sites qui se trouvent *proche* des destinations touristiques. Les adjectifs qui décrivent la distance lointaine d'un objet ne sont utilisés que cinq fois. Il paraît qu'il s'agit d'une chose positive si les objets se trouvent près de touristes.

⁴⁵⁰ Finlande : un art de vivre 2003 : 16.

⁴⁵¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 26.

⁴⁵² Finlande : un art de vivre 2003 : dos de la couverture.

⁴⁵³ Finlande : un art de vivre 2004 : 18.

⁴⁵⁴ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 10.

⁴⁵⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 24.

⁴⁵⁶ Finlande : un art de vivre 2003 : 25.

Quant au degré de la subjectivité des adjectifs de ce groupe on peut poser des questions qui ont à voir avec l'estimation des distances. Par exemple, on peut se demander quelle est la distance *proche*. Si un aéroport se trouve de sept kilomètres d'une destination touristique peut-on parler d'un aéroport *proche*. Il est évident que les gens ont des opinions différentes sur les distances.

Les adjectifs de ce groupe sont *proche* (115 occurrences), *immédiat,e* (6 occurrences), *distant,e* (4 occurrences), *isolé,e* (1 occurrence) et *lointain,e* (1 occurrence) :

la toute *proche* Russie⁴⁵⁷, aéroport *le plus proche*⁴⁵⁸, gare *la plus proche*⁴⁵⁹, maison de campagne à proximité *immédiate* d'une plage⁴⁶⁰, situation géographique *isolée* de la Finlande, quelque chose de *distant*⁴⁶¹, *lointaine* et *proche* à la fois La Laponie du Nord⁴⁶²

H) Totalité

Nous avons rencontré dans les brochures touristiques du corpus quelques adjectifs qui définissent les objets dans tout leur étendue. Ces adjectifs n'expriment pas directement la quantité des objets mais plutôt la totalité de ceux-ci. Les adjectifs de ce groupe sont très peu fréquents car n'avons rencontré que 27 attestations d'adjectifs qu'on peut regrouper sous cette catégorie. Ce sont les adjectifs *complet,-ète* (13 occurrences), *total,e* (11 occurrences) et *entier,-ère* (3 occurrences) :

la présentation *la plus complète* de l'art finlandais⁴⁶³, tour *complet* du Lac Pielinen⁴⁶⁴, se baigner en *totale* sécurité⁴⁶⁵, journées *entières* à jouer au golf⁴⁶⁶

⁴⁵⁷ Finlande : un art de vivre 2004 : 10.

⁴⁵⁸ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 21.

⁴⁵⁹ Finlande : rêves d'hiver 2004-2005 : 21.

⁴⁶⁰ Finlande : un art de vivre 2005 : 19.

⁴⁶¹ Finlande : un art de vivre 2003 : 5.

⁴⁶² Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

⁴⁶³ Finlande : un art de vivre 2003 : 18.

⁴⁶⁴ Finlande : un art de vivre 2005 : 29.

⁴⁶⁵ Finlande : un art de vivre 2005 : 20.

⁴⁶⁶ Finlande : un art de vivre 2004 : 7.

D) Abondance

Avant de terminer notre analyse sur les adjectifs non axiologiques nous devons toujours inclure quelques adjectifs dans notre dernière catégorie. Ce groupe comprend tous les adjectifs du corpus qui décrivent une grande quantité. Ces adjectifs sont très peu nombreux. Nous n'avons rencontré que 16 attestations d'adjectifs qu'on peut regrouper sous cette catégorie.

Il faut remarquer que certains adjectifs de ce groupe sont utilisés dans les locutions avec la préposition DE ou la préposition EN. Par exemple, l'adjectif *riche* (6 occurrences) est un bon exemple de ces adjectifs :

campagne *riche* de sites naturels⁴⁶⁷, l'hiver est *riche* en expériences extrêmes⁴⁶⁸

Les autres adjectifs de cette catégorie sont *abondant,e* (6 occurrences), *copieux,-euse* (2 occurrences), *débordant,e* (1 occurrence) et *plein,e* (1 occurrence) :

neige *abondante*⁴⁶⁹, *copieux* buffet scandinave⁴⁷⁰, *débordante* d'activité [...] Helsinki est la capitale la plus septentrionale de l'Union européenne⁴⁷¹, *plein* de surprises⁴⁷²

⁴⁶⁷ Finlande : un art de vivre 2005 : 47.

⁴⁶⁸ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : dos de la couverture.

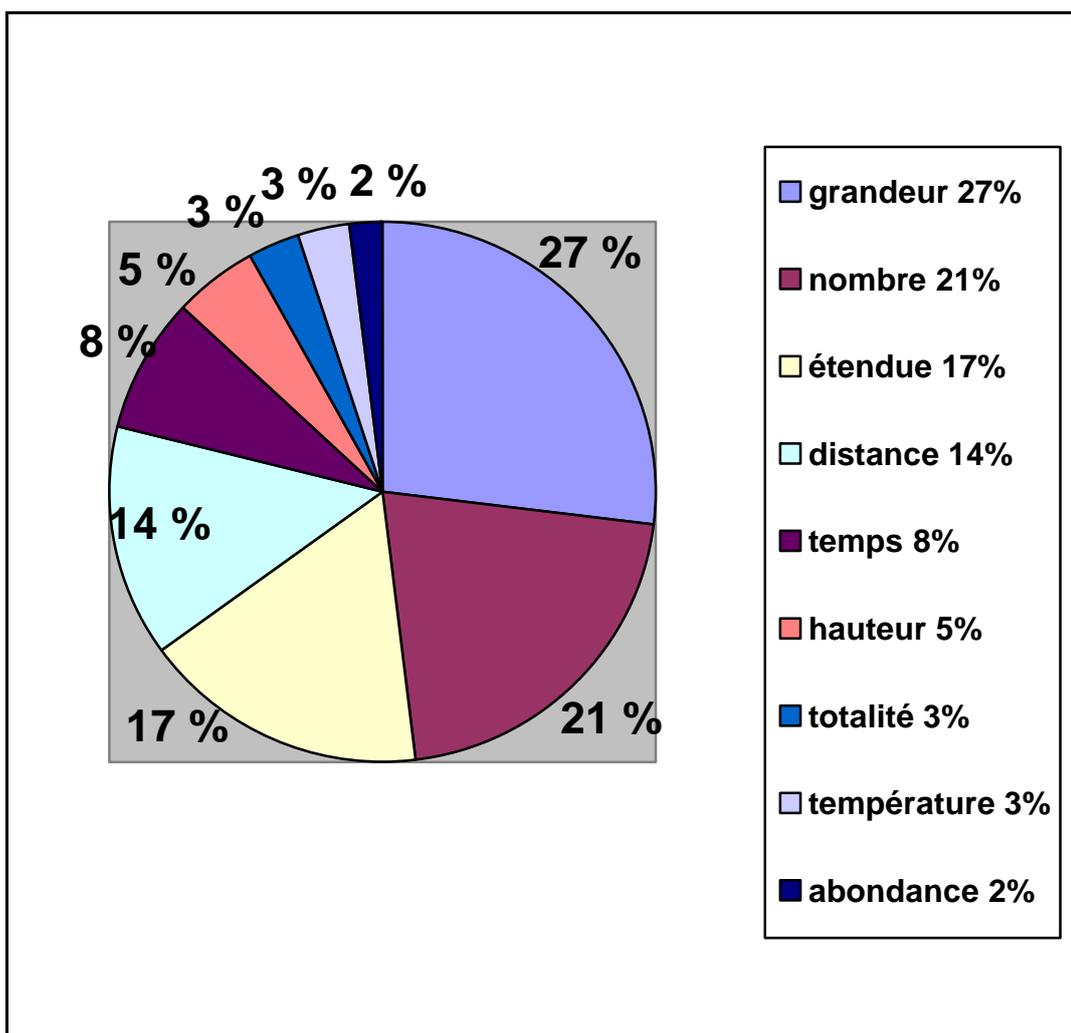
⁴⁶⁹ Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 29.

⁴⁷⁰ Finlande : un art de vivre 2004 : 34.

⁴⁷¹ Finlande : un art de vivre 2004 : 12.

⁴⁷² Finlande : rêves d'hiver 2003-2004 : 4.

Tableau 13. Adjectifs évaluatifs non axiologiques en thèmes (en pourcentage)

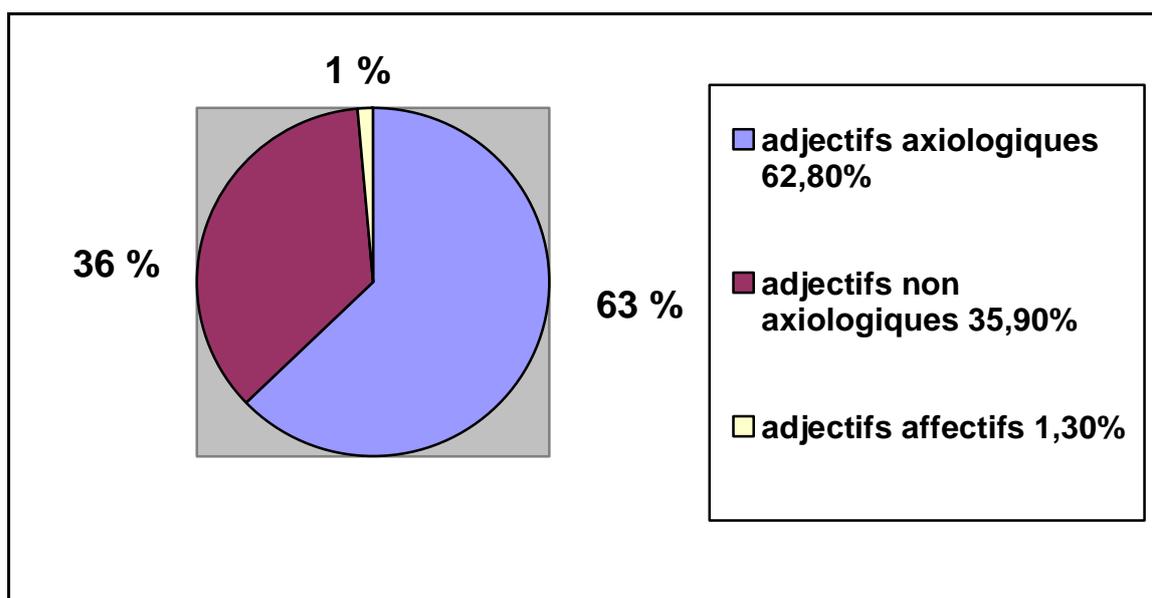


4.2.3 Statistiques des adjectifs subjectifs

Nous avons rencontré au total 2491 attestations d'adjectifs subjectifs dans les brochures touristiques du corpus. Le plus grand groupe est celui des adjectifs axiologiques. Ils représentent près de 63% (62,80%) de tous les adjectifs subjectifs⁴⁷³. Les adjectifs non axiologiques sont le deuxième groupe le plus important (35,90%). La quantité des adjectifs affectifs est très marginale (1,30%).

⁴⁷³ voir Tableau 14. Adjectifs subjectifs (la page suivante).

Tableau 14. Adjectifs subjectifs (en pourcentage)



Si on regarde les statistiques thématiques on remarque que parmi les adjectifs axiologiques les adjectifs les plus fréquents sont les adjectifs relatifs aux sensations (14%)⁴⁷⁴. Les adjectifs qui expriment la nature (13%) et la notoriété (11,70%) sont aussi parmi les groupes les plus importants. En outre, les adjectifs qui décrivent l'authenticité (10,40%) et la bonté (10,30%) sont assez nombreux.

Du classement des adjectifs non axiologiques on voit que la grandeur (27%), le nombre (21%) et l'étendue (17%) sont les thèmes les plus fréquents⁴⁷⁵.

⁴⁷⁴ voir Tableau 12. Adjectifs évaluatifs axiologiques en thèmes (page 58).

⁴⁷⁵ voir Tableau 13. Adjectifs évaluatifs non axiologiques en thèmes (la page précédente).

Tableau 15. Adjectifs subjectifs en chiffres

<u>adjectifs affectifs</u> (1,30%)	31		
	—	—	
au total	31	100%	1,30%
<u>adjectifs axiologiques</u> (62,80%)			
authenticité	162	10,40%	
beauté	141	9%	
bonté	161	10,30%	
notoriété	182	11,70%	
cuisine	35	2%	
excellence	135	9%	
hôtes et visiteurs	68	4,40%	
tranquillité	48	3%	
adjectifs relatifs aux sensations	221	14%	
nature	206	13%	
particularité	86	5,50%	
adjectifs de l'irréel	15	1%	
facilité	41	2,50%	
intensité	65	4,20%	
	—	—	
au total	1566	100%	62,80%
<u>adjectifs non axiologiques</u> (35,90%)			
grandeur	241	27%	
nombre	187	21%	
température	26	3%	
temps	70	8%	
étendue	154	17%	
hauteur	46	5%	
distance	127	14%	
totalité	27	3%	
abondance	16	2%	
	—	—	
au total	894	100%	35,90%
<u>adjectifs subjectifs</u>			
au total	2491	100%	100%

4.3 Statistiques des adjectifs dans les brochures touristiques

Tableau 16. Adjectifs objectifs et subjectifs en chiffres

Adjectifs objectifs

adjectifs relationnels	1103	22%	
adjectifs de référence temporelle	282	6%	
adjectifs spatiaux	748	15%	
adjectifs relatifs aux couleurs	135	2,50%	
divers adjectifs objectifs	179	3,50%	
	—	—	
au total	2447		49,50%

Adjectifs subjectifs

adjectifs affectifs	31	1%	
adjectifs évaluatifs			
axiologiques	1566	32%	
non axiologiques	894	18%	
	—	—	
au total	2491		50,50%

Tous les adjectifs	au total	4938	100%	100%
---------------------------	----------	------	------	------

Tableau 17. Adjectifs objectifs et subjectifs (en pourcentage)

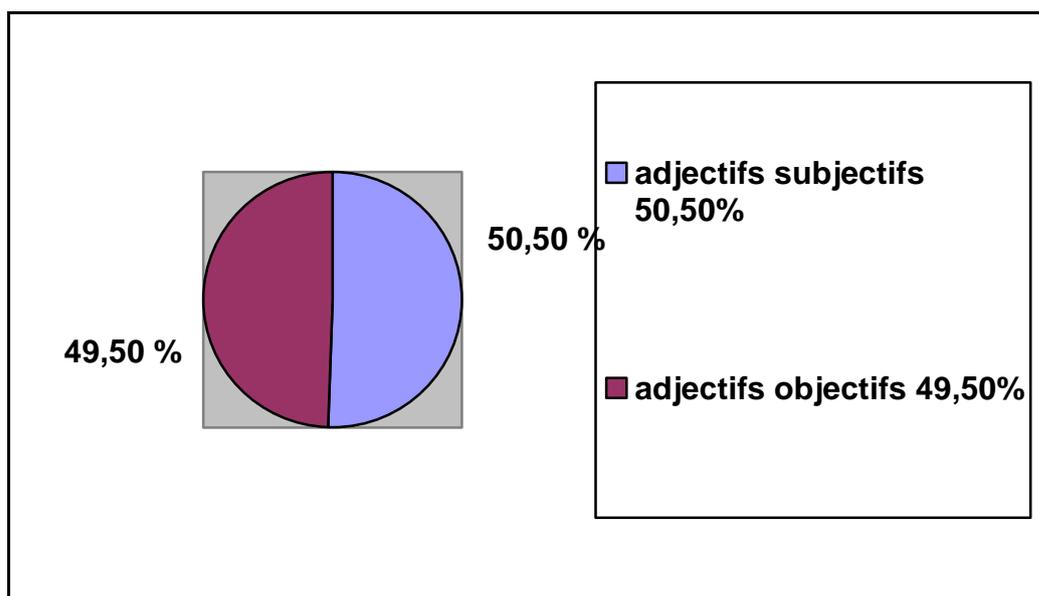
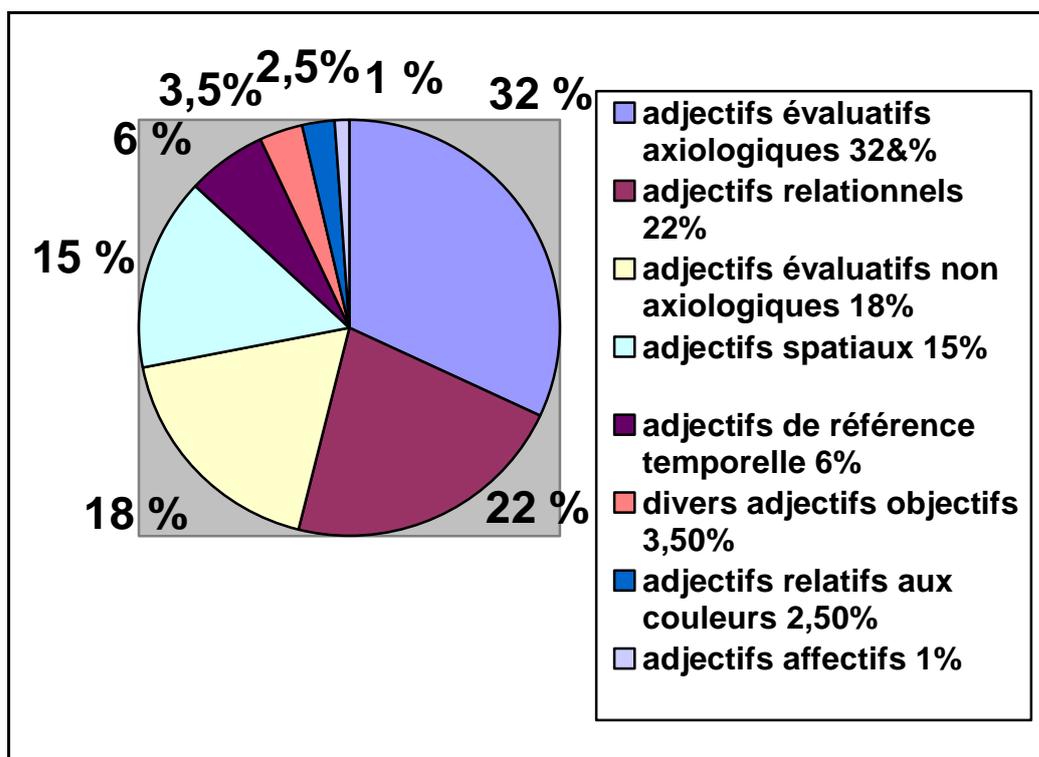


Tableau 18. Adjectifs par catégories différentes (en pourcentage)



5. Conclusion

Le but de ce travail était d'étudier les caractéristiques des adjectifs dans les brochures touristiques finlandaises. Comme nous avons maintenant analysé tous les adjectifs du corpus nous pouvons enfin dire quelle est la principale conclusion de cette étude.

Premièrement, nous devons remarquer que les brochures touristiques de notre corpus contiennent énormément d'adjectifs. Nous avons rencontré 593 adjectifs différents qui ont au total 4938 attestations. Cela fait que la fréquence moyenne d'un adjectif est 8,3. Deuxièmement, nous constatons que les adjectifs de ce travail traitent de plusieurs thèmes différents. Les adjectifs objectifs sont représentés dans les 15 thèmes différents alors que les adjectifs subjectifs sont inclus même dans les 23 thèmes différents. Il ne faut pourtant pas oublier que certains thèmes peuvent exister aussi bien dans le côté objectif que le côté subjectif du travail⁴⁷⁶.

Au début de cette étude nous avons supposé que le langage des brochures touristiques serait marqué par l'abondance d'adjectifs subjectifs⁴⁷⁷. De ce point de vue-là, le résultat de cette analyse est une surprise. De toutes les 4938 attestations d'adjectifs 2491 sont subjectives. Cela veut dire que les adjectifs subjectifs constituent une très petite majorité (50,50%) des adjectifs du travail. Le nombre élevé des adjectifs objectifs (2447 attestations) nous étonne : presque la moitié (49,50%) de tous les adjectifs ne prennent position ni positive ni négative vis-à-vis de l'objet dénoté. Regardant ces statistiques nous pouvons dire que le but des brochures étudiées est de donner de l'information plutôt que d'éveiller uniquement l'intérêt. Plus probablement, les brochures sont destinées aux touristes qui aimeraient visiter la région en question.

Il est intéressant de voir que les adjectifs relatifs aux sensations sont parmi les groupes les plus fréquents des adjectifs subjectifs de notre travail. Les adjectifs de cette catégorie sont pour la plupart des cas des adjectifs verbaux (comme par exemple l'adjectif *passionnant,e*) et ils cherchent à susciter des sentiments chez le lecteur. De ce fait, nous pourrions bien dire que ces adjectifs sont souvent des adjectifs affectifs. Nous n'avons pourtant pas voulu classer ces adjectifs parmi les adjectifs affectifs ce qui explique le

⁴⁷⁶ Nous avons traité par exemple le thème de la nature aussi bien dans le côté objectif que le côté subjectif du travail.

⁴⁷⁷ voir le chapitre 3.1 Opposition objectif-subjectif (page 12).

nombre minimal de ces derniers dans notre travail. Les adjectifs affectifs ne représentent que 1,30% de tous les adjectifs subjectifs et que 1% de tous les adjectifs du travail. En réalité, le nombre total des adjectifs qui expriment les émotions ou les sentiments est donc beaucoup plus grand. Les trois premiers groupes les plus importants de tout notre travail sont les adjectifs évaluatifs axiologiques, les adjectifs relationnels et les adjectifs évaluatifs non axiologiques⁴⁷⁸. Ils représentent 72% de tous les adjectifs utilisés dans les brochures touristiques du corpus.

La quantité des adjectifs axiologiques pourrait être encore plus grande si nous avons catégorisé les adjectifs non axiologiques de notre travail plus précisément. Nous avons constaté que quelques adjectifs non axiologiques ont la tendance de devenir 'axiologiques' dans les brochures touristiques. Par exemple, l'adjectif *grand,e* prend souvent un sens différent de sa signification originale et de cette manière il peut désigner une autre qualité de l'objet que la taille. Quant on parle de *grands* compositeurs finlandais⁴⁷⁹ on se réfère à des musiciens célèbres. L'autre exemple des adjectifs non axiologiques qui peuvent connaître ce genre de 'glissement de sens' est l'adjectif *haut,e*.

Si nous regardons les thèmes principaux des brochures touristiques nous voyons que ce sont surtout les adjectifs relationnels qui sont utilisés pour désigner des objets objectifs. Ces adjectifs servent à donner de l'information et ils sont propres à définir les thèmes comme la nature et la vie sociale et économique. Les adjectifs spatiaux sont pour la plupart des cas des adjectifs qui sont dérivés des toponymes. Ces adjectifs constituent le deuxième groupe le plus important des adjectifs objectifs.

La subjectivité se voit dans les brochures touristiques surtout dans la définition de la nature et dans la description des émotions. La grandeur et le nombre sont également des thèmes importants des adjectifs subjectifs. Il est très intéressant de remarquer que les brochures touristiques soulignent souvent l'authenticité, la beauté et la tranquillité de la nature finlandaise. Ces attributs sont également des thèmes qu'on trouve parmi les adjectifs subjectifs du corpus.

⁴⁷⁸ voir Tableau 18. Adjectifs par catégories différentes (page 78).

⁴⁷⁹ *Finlande : un art de vivre 2004* : 9.

Parmi les thèmes les moins fréquents de notre travail nous mentionnons la cuisine et la religion. Chacun de ces thèmes n'a que 35 attestations d'adjectifs. Cela est très étonnant. On pourrait supposer que ces thèmes intéressent les touristes étrangers. Et c'est pourquoi il serait naturel que les rédacteurs abordent davantage ces sujets.

Regardant les adjectifs les plus fréquents nous notons que l'adjectif spatial *finlandais,e* (231 occurrences) est le plus utilisé. Le deuxième et le troisième par ordre de fréquence sont les adjectifs évaluatifs non axiologiques : *grand,e* (165 occurrences) et *nombreux,-euse* (133 occurrences).

Il faut toujours remarquer que ce sont les adjectifs à une attestation qui dominent dans les brochures touristiques du corpus. Nous avons rencontré 211 adjectifs qui n'ont qu'une seule attestation dans le travail. Les adjectifs à deux ou trois attestations sont également assez fréquents. Nous avons rencontré 92 adjectifs qui ont deux attestations. Le nombre des adjectifs qui ont trois attestations est 56. Comparant ces statistiques nous pouvons tirer la conclusion que la répétition d'un même adjectif est souvent évitée. Les rédacteurs cherchent à trouver des expressions nouvelles pour pouvoir colorer leurs textes de nuances positives.

Comme conclusion de ce travail nous pouvons dire que les brochures touristiques forment leur propre genre de texte. Le langage est bien soutenu et réfléchi. Les adjectifs peuvent apparaître plusieurs fois dans le travail mais souvent ce sont les adjectifs avec peu d'attestations qui jouent un rôle distinctif. Les brochures de notre travail sont assez descriptives : elles contiennent énormément d'adjectifs qui décrivent plusieurs thèmes différents. D'un point de vue linguistique, ces brochures sont assez objectives. Elles contiennent des adjectifs qui servent à donner de l'information. Mais comme la petite majorité des adjectifs du travail sont des adjectifs subjectifs nous devons dire que les brochures sont quand même subjectives. D'une certaine manière, elles sont marquées par l'influence des rédacteurs.

BIBLIOGRAPHIE

Corpus

Finlande : un art de vivre 2005

Finlande : un art de vivre 2004

Finlande : un art de vivre 2003

Finlande : rêves d'hiver 2005-2006

Finlande : rêves d'hiver 2004-2005

Finlande : rêves d'hiver 2003-2004

Ouvrages consultés

Arrivé *et al.* = Arrivé, M. & Gadet, F. & Galmiche, M. [1986] *La grammaire d'aujourd'hui*. Flammarion. Paris.

Arrivé *et al.* = Arrivé, M. & Blanche-Benveniste, C. & Chevalier, J.C. & Peytard, J. [1983] *Grammaire Larousse du français contemporain*. Librairie Larousse. Paris.

Cohen, J. [1972] *Poésie et motivation*. Poétique 121, p. 432-445.

Dubois, J. & Lagane, R. [1973] *La nouvelle grammaire du français*. Larousse. Paris.

Ducrot, O. [1980] *Les échelles argumentatives*. Les Editions de Minuit. Paris.

Grevisse, M. & Goosse, A. [1989] *Nouvelle grammaire française*. Duculot. Paris.

Grevisse, M. [1993] *Le Bon Usage*. Grammaire Française. Treizième Edition Rév. Refondue par Andre Goosse. Ducolot. Paris.

Hjelmslev, L. [1959] *Essais linguistiques*. Publiés par le Cercle Linguistique de Copenhague. Copenhague.

Kerbrat-Orecchioni, C. [1999] *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Armand Colin. Paris.

Lafont, R. & Gardes-Madray, F. [1976] *Introduction à l'analyse textuelle*. Larousse. Paris.

Maingueneau, D. [1993] *Elements de linguistique pour le texte littéraire*. Dunod. Paris.

Maingueneau, D. [1991] *Précis de grammaire pour examens et concours*. Bordas. Paris.

Martinet, A. [1980] *Elements de linguistique générale*. Armand Colin. Paris.

Riegel *et al.* = Riegel, M. & Rioul, R. & Pellat, J.C. [1994] *Grammaire méthodique du français*. Presses Universitaires de France. Paris.

Robert, P. [1996] *Le Nouveau Petit Robert*. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Dictionnaires Le Robert. Paris.

Stati, S. [1979] *La sémantique des adjectifs en langues romanes. Essai d'analyse componentielle appliqué aux langues romanes*. Document de linguistique quantitative 39. Saint Sulpice de Favières.

TLF=Imbs, P. et al. éds. [1971-1994] *Trésor de la langue française 1-16*. Dictionnaire de la langue du XIXe siècle et du XXe (1789-1960). Gallimard, Paris.

Vuoristo, K.V. [1998] *Matkailun muodot*. WSOY. Porvoo.

Wagner *et al.* = Wagner, R.L. & Pinchon, J. [1991] *Grammaire du français : classique et moderne*. Hachette. Paris.

Sites d'Internet consultés

« Direction du Tourisme », site du Ministère délégué au Tourisme du gouvernement français :

www.tourisme.gouv.fr (juin 2008).

« Finlande-mission économique », site de l'Ambassade de France en Finlande :

www.missioneco.org/finlande (juin 2008).

« Matkailunedistämiskeskus MEK », site de l'Office National du Tourisme de Finlande :

www.mek.fi (juin 2008).

« Odit France », site de l'ODIT France (Observation, Développement et Ingénierie Touristiques) :

www.odit-france.fr (juin 2008).

« Tilastokeskus », site du Centre national de la statistique en Finlande :

www.stat.fi (juin 2008).

« Veille Info Tourisme », site animé par le département de la Stratégie de la direction du Tourisme, édité par le Ministère délégué au Tourisme, gouvernement français :

www.veilleinfotourisme.fr (juin 2008).

Annexe 1.

Tableau récapitulatif des adjectifs utilisés dans les brochures touristiques de l'Office National du Tourisme de Finlande

au total **593** adjectifs différents
4938 attestations différentes

Adjectif: **Nombre d'occurrences:**

A:

abondant,e	6
abrupt,e	1
absolu,e	2
accidenté,e	6
accueillant,e	5
actif,-ive	17
actuel,le	1
adéquat,e	1
administratif,-ive	3
admirable	1
adorable	5
agréable	19
agricole	2
aimable	2
alimentaire	3
alpestre	1
alpin,e	1
ambiant,e	3
amical,e	3
amusant,e	6
ancestral,e	2
ancien,ne	63
anglais,e	1
anglophone	1
animal,e	3
annelé,e	1
annuel,le	8
apaisant,e	1
appétissant,e	1
aquatique	11
archéologique	5
architectural,e	4
arctic	2
arctique	45
ardu,e	1
aride	2
artificiel,le	3
artisanal,e	4
artistique	5
attendrissant,e	2
attentionné,e	1
attirant,e	2

attractif,-ive	2
attrayant,e	1
atypique	1
auditif,-ive	1
auguste	2
aurifère	4
austère	2
authentique	43
autochtone	5
automobile	2
autonome	5
avantageux,-euse	3
avoisinant,e	4

B:

balnéaire	5
baltique	2
bas, basse	4
beau (bel), belle	53
bénéfique	1
bio	1
biologique	1
blafard,e	1
blanc,he	21
bleu,e	17
bleu clair	1
bleuté,e	7
boisé,e	4
bon,ne	37
boréal,e	32
botanique	3
bouillant,e	2
bouillonnant,e	2
bref,brève	2
brillant,e	1
britannique	1
byzantin,e	1

C:

calcaire	1
calme	4
campagnard,e	2
captivant,e	2
caractéristique	9
carélien,ne	17
célèbre	13
central,e	38
chaleureux,-euse	14
champêtre	3
changeant,e	4
charmant,e	31
chaud,e	10

choral,e	1
chrétien,ne	2
circulaire	1
civique	1
clair,e	3
classique	10
clément,e	1
climatique	1
cohérent,e	1
collectif,-ive	1
commerçant,e	3
commercial,e	6
commode	2
commun,e	5
compétitif,-ive	1
complet,-ète	13
complice	1
confortable	25
constant,e	1
contemporain,e	8
continental,e	2
convivial,e	2
copieux,-euse	2
coquet,te	1
cosmopolite	3
côtier,-ère	15
cotonneux,-euse	1
courant,e	3
court,e	4
crystallin,e	1
culinaire	18
culminant,e	2
cultural,e	1
culturel,le	66
D:	
dansant,e	2
débordant,e	1
défensif,-ive	1
délicat,e	1
délicieux,-euse	21
démographique	2
dense	2
denude,e	1
dépaysant,e	3
désertique	1
difficile	1
digne	2
direct,e	18
distant,e	4
distinct,e	4
divertissant,e	2
douillet,te	3
doux,douce	11

dur,e	1
dynamique	6
E:	
ecclésial,e	1
éclatant,e	8
écologique	12
économique	3
écumant,e	3
écumeux,-euse	1
effectif,-ive	1
efficace	1
égalitaire	1
électrique	1
électronique	1
élégant,e	2
emblématique	3
empire	1
enchanteur, enchanteresse	2
énergique	1
énergisant,e	1
enneigé,e	23
énorme	2
enrichissant,e	1
ensoleillé,e	4
enthousiaste	1
entier,-ère	3
environnant,e	6
éolien,ne	1
épais,se	2
éprouvant,e	1
équestre	2
escarpé,e	6
espagnol,e	1
essentiel,le	3
esthétique	2
estival,e	9
ethnique	4
étincelant,e	1
étonnant,e	4
étroit,e	6
européen,ne	23
exaltant,e	1
excellent,e	22
exceptionnel,le	21
excitant,e	2
exclusif,-ive	5
exotique	3
exquis,e	1
extérieur,e	13
extraordinaire	37
extrême	5

F:

facile	29
faible	2
fameux,-euse	15
familial,e	10
familier,-ère	1
fantasmagorique	1
fantastique	1
farfelu,e	1
fascinant,e	13
favorable	3
fébrile	1
féerique	1
festif,-ive	3
fidèle	3
fier, fière	2
fin,e	7
finlandais,e	231
finnois,e	3
finno-ougrien,ne	1
fixe	1
flottant,e	1
fluvial,e	11
folklorique	1
fonctionnel,le	4
fondamental,e	1
forain,e	2
forestier,-ère	13
formidable	1
fort,e	23
fortifiant,e	1
frais, fraîche	10
français,e	2
franciscain,e	1
fréquent,e	2
froid,e	8
frontalier, -ère	2
frontière	1
funéraire	1

G:

gastronomique	5
géant,e	1
géographique	3
global,e	2
grand,e	165
grandiose	2
gratifiant,e	1
gratuit,e	7
gris,e	2
grisant,e	2
gris bleu	1

gustatif,-ive	3
H:	
harmonieux,-euse	4
haut,e	34
hebdomadaire	4
historique	37
hivernal,e	40
hôtelier,-ère	8
humain,e	7
I:	
idéal,e	38
idyllique	11
illimité,e	3
immaculé,e	21
immédiat,e	6
immense	4
impérial,e	4
important,e	54
imposant,e	1
impressionnant,e	12
incomparable	6
inconditionnel,le	1
incroyable	2
indépendant,e	2
indigène	6
individuel,le	2
industriel,le	16
inférieur,e	1
infini,e	2
informel,le	2
ingénieux,-euse	3
inné,e	1
innombrable	8
innovant,e	2
insolite	3
insouciant,e	1
insulaire	1
intact,e	1
intégrant,e	4
intellectuel,le	1
intense	5
intensif,-ive	1
interactif,-ive	1
intéressant,e	24
intérieur,e	11
interminable	1
international,e	54
intime	4
irréel,le	2
isolé,e	1

italien,ne	1
J:	
jeune	4
joli,e	17
jovial,e	1
joyeux,-euse	3
jumelé,e	3
L:	
labyrinthique	1
lacustre	33
laitier,-ère	1
lapon,e	47
large	20
léghendaire	1
libre	4
limpide	1
local,e	80
lointain,e	1
long, longue	49
ludique	15
lumineux,-euse	15
luthérien,ne	5
luxueux,-euse	1
luxuriant,e	2
M:	
magique	6
magnétique	1
magnifique	24
maître, maîtresse	1
majestueux,-euse	5
majeur,e	4
marchand,e	4
marécageux,-euse	1
marin,e	10
maritime	36
marquant,e	6
maternel,le	1
matinal,e	1
maximal,e	3
mécanique	3
médiéval,e	9
meilleur,e	54
mélancolique	1
mémorable	1
ménager,-ère	1
méridional,e	4
merveilleux,-euse	7
métallique	1

metropolitain,e	3
militaire	4
mitoyen,ne	1
mobile	1
moderne	30
modeste	1
moindre	2
mondial,e	26
monétaire	1
montagneux,-euse	3
morainique	1
moral,e	1
mouvementé,e	1
moyen,ne	1
moyenâgeux,-euse	1
multiple	4
municipal,e	1
mural,e	1
musical,e	21
mystérieux,-euse	3
mystique	2

N:

natal,e	1
national,e	93
naturartistique	1
nature	3
naturel,le	68
nautique	3
naval,e	1
navigable	2
nécessaire	1
négatif,-ive	1
neigeux,-euse	6
néoclassique	1
neuf,neuve	2
nocturne	5
noir,e	2
nomade	1
nombreux,-euse	133
non-stop	1
nord	3
nordique	32
nord-ouest	1
normal,e	1
norvégien,-ne	6
nostalgique	2
nouveaux,-euse	1
nouveau (nouvel),nouvelle	26

O:

oasis	1
-------	---

occidental,e	18
ocre	1
ocre rouge	1
officiel,le	6
olympique	4
omniprésent,e	2
ondulant,e	1
onduleux,-euse	2
optimal,e	4
ordinaire	1
organisateur,-trice	1
oriental,e	26
original,e	12
ornithologique	5
orthodoxe	23
ouaté,e	1
ouest	5
ouvrier,-ère	1

P:

paisible	11
pâle	1
palpitant,e	6
panoramique	11
paradisique	1
parfait,e	23
parlementaire	1
particulier,-ère	20
pascal,e	1
passionnant,e	20
pastoral,e	1
pédestre	2
permanent,e	11
perpendiculaire	1
personel,le	1
pesant,e	1
petit,e	67
physique	2
piétonnier,-ère	3
pimpant,e	1
pittoresque	6
plaisant,e	2
plein,e	1
pluraliste	1
pluriculturel,le	1
pneumatique	2
poissonneux,-euse	5
poissonnier,-ère	1
polaire	66
politique	1
polyvalent,e	4
ponctuel,le	1
populaire	24

portuaire	5
possible	5
postal,e	1
potable	1
précieux,-euse	7
préhistorique	5
présent,e	11
prestigieux,-euse	1
prêt,e	1
primitif,-ive	2
principal,e	29
printanier,-ère	1
privatif,-ive	2
privé,e	1
proche	115
professionnel,le	3
profond,e	8
propice	1
propre	14
provincial,e	3
public, publique	4
puissant,e	1
pur,e	33
pyrotechnique	1

Q:

quotidien,ne	3
--------------	---

R:

radical,e	1
radieux,-euse	3
rafraîchissant,e	7
raide	2
raisonnable	1
rapide	5
rare	9
ravissant,e	1
récent,e	3
récréatif,-ive	1
récurrent,e	1
régional,e	12
régulier,-ère	10
relaxant,e	2
religieux,-euse	2
reposant,e	7
représentatif,-ive	2
resplendissant,e	2
revigorant,e	3
riche	18
rigoureux,-euse	1
riverain,e	1
rocheux,-euse	3

romantique	4
romantique-national,e	1
rouge	3
royal,e	2
rude	2
rural,e	10
russe	22
russo-byzantin,e	1
russo-finlandais,e	1
rustique	3

S:

sablonneux,-euse	5
sain,e	2
saisissant,e	4
saisonnier,-ère	1
sâme	45
sâmi	2
sauvage	59
savant,e	1
savoureux,-euse	7
scandinave	7
scientifique	5
scintillant,e	7
sec, sèche	5
secondaire	1
séduisant,e	2
semi-sauvage	1
sensible	1
septentrional,e	8
serein,e	1
seul,e	28
sidérurgique	2
silencieux,-euse	2
simple	3
sinueux,-euse	2
slavo-byzantin,e	1
sobre	1
soigneux,-euse	1
solaire	1
souriant	1
souterrain,e	1
soviétique	2
spacieux,-euse	4
spécial,e	8
spécifique	19
spectaculaire	9
spirituel,le	1
splendide	7
sportif,-ive	32
stimulant,e	2
strict,e	1
subaquatique	1

sublime	1
succulent,e	4
sud	5
sud-ouest	2
suédo-finlandais,e	3
suédois,e	5
suédo-norvégien,ne	1
superbe	26
supérieur,e	2
supplémentaire	1
sûr,e	6
surprenant,e	3
symbolique	1
sympathique	9
symphonique	3

T:

talentueux,-euse	1
tamisé,e	4
technique	2
téléphérique	1
temporaire	1
théatral,e	1
thermal,e	11
tonifiant,e	2
tonique	4
total,e	11
tourbillonnant,e	1
touristique	62
tournant,e	3
traditionnel,le	57
tranquille	4
trépidant,e	1
tropical,e	8
tsigane	2
turc, turque	1
typique	12
tyrolien,ne	1

U:

unique	34
universel,le	1
universitaire	2
urbain,e	16

V:

vallonné,e	12
vaste	76
vénérable	2
vénitien,ne	1
verdoyant,e	9

véritable	7
vert,e	7
vibrant,e	1
vierge	17
vieux (vieil), vieille	38
vif, vive	5
virginal,e	1
viticole	2
vivace	1
vivant,e	11
vivifiant,e	3
vocal,e	1
voisin,e	5
vrai,e	18
Z:	
zen	1
zoologique	2