PP-78-95
P-ISSN: 2716-8093 E-ISSN: 2716-8212

A la découverte des noms propres d'hôteliers de Hammamet en Tunisie : lecture morphosyntaxique

Exploring the proper names of hoteliers in Hammamet, Tunisia: morphosyntactic analysis

Sabrina MELOUAH
Université Badji Mokhtar d'Annaba / ALGÉRIE
sabrina.melouah@univ-annaba.dz

Reçu: 29/04/2024, **Accepté:** 03/06/2024, **Publié:** 04/06/2025

Résumé :
L'article examine les noms des hôtels à Hammamet, Tunisie, à travers une analyse morphosyntaxique, soulignant leur importance en tant que miroirs des interactions linguistiques et socioculturelles locales. Il détaille comment ces noms encapsulent l'identité et l'histoire tunisiennes, reflétant les dynamiques culturelles et commerciales dans un contexte mondialisé. Cette met en évidence les noms selon leurs catégories, leurs origines linguistiques et leurs formes existantes. En explorant ces éléments, elle enrichit la compréhension de l'onomastique dans le domaine du tourisme et met en avant l'importance des noms propres dans l'interaction entre langue et culture.

Mots- clés : onomastique-nom propre-morphosyntaxique-plurilinguisme-socioculturel.

Abstract:

The article examines the names of hotels in Hammamet, Tunisia, through a morphosyntactic analysis, highlighting their significance as mirrors of local linguistic and sociocultural interactions. It details how these names encapsulate Tunisian identity and history, reflecting cultural and commercial dynamics in a globalized context. It emphasizes the names according to their categories, linguistic origins, and existing forms. By exploring these elements, it enriches the understanding of onomastics in the field of tourism and underscores the importance of proper names in the interaction between language and culture.

Keywords: Onomastics- proper name- morphosyntactic- multilingualism- sociocultural

* Auteur correspondant : **Sabrina MELOUAH**
Langues & Cultures / © 2025 The Authors. Published by the University of Adrar, Algeria.
This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Introduction

L'aventure de l'humanité inclut une pratique séculaire et universelle : le nommage des objets, des lieux et des êtres qui peuplent notre univers. Cette tradition de nommer varie à travers le temps et les cultures, incluant les noms de personnes, de lieux, d'animaux et de plantes. Elle inclut une variété de types de noms comme les anthroponymes, toponymes, zoonymes, hydronymes, microtoponymies, phytonymes, et bien d'autres. C'est dans ce contexte que s'inscrit l'« *onomastique* », une branche de la linguistique qui a pour fin d'extraire toutes les informations pertinentes des noms propres, qu'ils soient associés à des personnes ou à des lieux. Selon Adolphe ***Hatzfeld*** et Arsène ***Darmesteter***, un nom propre est défini comme « *un mot utilisé pour identifier de manière unique une personne, un animal, ou pour distinguer et désigner spécifiquement un pays, un cours d'eau, un navire, une ville, etc., parmi d'autres* » (1924 : 1288). Selon le dictionnaire Larousse en ligne, elle une science issue du terme grecque « *Onoma* » signifiant « *nom* », qui est apparue au XIXe siècle pour étudier l'origine, la structure et l'utilisation des noms propres à travers différentes cultures et langues. Incluant l'anthroponymie et la toponymie, qui se concentrent respectivement sur les noms de personnes et de lieux, cette discipline linguistique multidisciplinaire analyse les relations entre noms, individus, et espaces dans divers contextes historiques et géographiques. Cette discipline examine donc comment les noms fonctionnent comme des fenêtres ouvertes sur les sociétés, reflétant les histoires, les langues, et les héritages culturels. En explorant les racines et les usages des noms, elle nous aide à comprendre non seulement la structure linguistique mais aussi les contextes culturels et historiques qui façonnent notre interaction avec le monde.

Dans cette optique, le nom propre (dorénavant NP) est un sujet complexe qui a donné lieu à une vaste littérature suscitant des débats au sein des lettres, sciences humaines et sociales, notamment les sciences du langage. Historiquement, l'intérêt pour le NP s'est concentré sur deux aspects principaux : d'une part, les philosophes se sont intéressés à sa capacité référentielle, souvent associée à une certaine absence de sens. D'autre part, les philologues ont étudié sa forme et son évolution au fil du temps. Pendant longtemps, les linguistes ont semblé moins enclins à s'intéresser spécifiquement aux noms propres. A vrai dire, le NP présente des défis dans la linguistique en raison de son caractère non défini et de sa relation particulière avec ce qu'il désigne. Contrairement aux noms communs, qui décrivent et nomment, les NP se concentrent sur l'identification sans description du monde. Cette distinction crée des différences notables en termes de flexion, de lecture générique et de relations sémantiques, ce qui en fait un sujet complexe de débat dans les domaines de la philosophie et de la linguistique. Ce dernier est le lieu de notre réflexion.

Pour aborder ce sujet sous un angle différent, nous explorons les NP à travers le secteur de l'hôtellerie mondiale du tourisme (OMT). A titre illustratif, la Tunisie a accueilli près de 9 millions de touristes en 2019, contribuant ainsi significativement au PIB national. Hammamet, en tant que destination bilinéaire en Tunisie, occupe une place centrale dans l'économie et le tourisme. Selon le rapport de l'Organisation touristique phare, tire une grande partie de son attractivité de son offre hôtelière diversifiée et de qualité. D'une part, l'analyse morphosyntaxique des noms propres des hôtels revêt une importance particulière sur le plan linguistique. Selon les travaux des linguistes renommés, tels que : Noam Chomsky (1957) et

Ferdinand De Saussure (1916), l'analyse morphosyntaxique permet de décortiquer la structure interne des mots et de comprendre comment les éléments linguistiques se combinent pour former des unités significatives.

Dans le contexte spécifique de Hammamet, les NP des hôtels sont souvent porteurs d'informations culturelles, historiques ou géographiques qui contribuent à l'identité et à l'image de ces établissements. Une étude menée par le linguiste tunisien Mohamed Lahyani (2014) a montré que les NP des hôtels à Hammamet sont souvent composés de termes arabes, français et anglais, reflétant ainsi l'influence multiculturelle de la région. Les noms des hôtels à Hammamet, enchâssés comme des perles le long de sa côte scintillante, portent en eux bien plus que leur simple fonction d'identification[1]. Ils sont les échos d'une riche histoire, des témoins muets des évolutions culturelles et linguistiques qui ont sculpté cette ville tunisienne en un carrefour de civilisations. A partir de ce constat, nous nous interrogeons : Quels sont les mécanismes morphosyntaxiques utilisés dans la formation des noms d'hôtels à Hammamet ? Comment ces mécanismes reflètent-ils les influences linguistiques et culturelles dans la région ?

Pour trouver une réponse à notre problématique, nous proposons ces quelques hypothèses : Nous supposons que les mécanismes morphosyntaxiques utilisés dans la formation des noms d'hôtels à Hammamet intègrent une combinaison complexe de structures linguistiques provenant de diverses langues présentes dans la région, telles que l'arabe, le français et l'anglais, reflétant ainsi le caractère plurilingue et multiculturel de la destination. Ainsi, nous admettons que les choix morphosyntaxiques spécifiques observés dans les noms d'hôtels à Hammamet sont influencés par des facteurs culturels et historiques comme les héritages linguistiques des différentes civilisations ayant marqué la région, et sont utilisés délibérément pour véhiculer des messages culturels et identitaires auprès des visiteurs.

La présente investigation se penche sur la morphosyntaxe de ces noms, cherchant à décrypter les récits qu'ils tissent subtilement à travers leurs structures et leurs origines. En explorant ces appellations, nous ne nous contentons pas de cataloguer des données ; nous plongeons au cœur des significations, révélant comment chaque nom d'hôtel à Hammamet incarne les interactions entre langue et culture dans un monde intensément connecté et remarquablement divers. Notre contribution, ayant pour objectif une analyse morphosyntaxique des noms propres des hôtels à Hammamet de la Tunisie, se penche sur l'interrelation entre le langage, la culture et le tourisme à travers l'étude des noms d'hôtels dans l'un des carrefours touristiques les plus prisés de Tunisie, Hammamet. Cette ville, réputée pour ses plages dorées et son ambiance méditerranéenne, joue un rôle clé dans l'économie locale grâce à son industrie hôtelière florissante. L'importance de cette industrie rend les noms des hôtels non seulement pertinents en tant qu'outils commerciaux mais aussi en tant que porteurs de significations culturelles et linguistiques profondes.

En bref, notre étude explore la richesse socioculturelle et linguistique des noms propres dans ce secteur hôtelier. L'objectif est de déchiffrer, à travers une analyse morphosyntaxique, comment ces noms reflètent les diverses influences linguistiques et témoignent des dynamiques socioculturelles de la région. Cette recherche repose sur l'hypothèse que les noms des hôtels à Hammamet sont le reflet d'un mélange linguistique complexe, incarnant des éléments significatifs de l'identité et de l'histoire locale.

I.Considération théorique

1. Onomastique comme fenêtres sur l'Histoire et la Culture

Nous mettons en lumière l'évolution et l'importance de l'onomastique dans l'étude des langues, de la culture et de l'histoire, spécifiquement dans le contexte algérien et plus largement.

1.1. Onomastique au fil du temps : fondement et transformation

Comme nous l'avons déjà abordé en haut, l'étude des noms propres (NP), appelée « *onomastique* », remonte à l'Antiquité, où des penseurs comme Platon et Aristote se sont penchés sur leur signification et leur pouvoir. Cependant, c'est au XIX^{e} siècle que cette discipline a émergé comme une science à part entière. Les travaux fondateurs de Wilhelm von Humboldt (1836)et de Johann Christoph Adelung (1782) ont établi les fondements de l'analyse systématique des noms propres, en se concentrant sur leur origine, leur structure et leur rôle dans les langues. Il faut signaler aussi qu'il y a également des contributions significatives qui ont été apportées par d'autres linguistes et philologues comme Gaston Tuaillon (1974), Albert Dauzat (1951) et Pierre-Henri Billy (1979). Deuis, l'onomastique a évolué en incorporant des approches de plusieurs disciplines comme la linguistique et la sociologie. Des experts comme George Coşbuc et Ernst Förstemann ont développé des méthodes de classification des noms propres basées sur des critères, tels que : la morphologie et l'étymologie. A l'ère du numérique, l'avancée technologique et l'utilisation des bases de données lexicales ont ensuite permis des analyses plus détaillées et comparatives des noms à travers différentes cultures, enrichissant ainsi l'onomastique moderne. C'est pourquoi on souligne que l'onomastique, essentielle à l'étude des langues et cultures, utilise les noms propres pour explorer l'identité et la transmission culturelle. Elle permet aux linguistes de retracer les migrations, les interactions commerciales et les influences historiques à travers l'analyse des noms. Par exemple, l'étude des toponymes de l'Afrique révèle les effets des invasions et des échanges linguistiques. De plus, l'onomastique contribue à la protection des langues en danger en documentant les noms dans diverses langues, favorisant ainsi la diversité linguistique. Des initiatives comme l'Atlas Linguistique de la France soulignent son importance dans la conservation du patrimoine linguistique. En effet, les NP se manifestent de différentes manières, reflétant la variété des cultures et des structures sociales. Ils comprennent les prénoms et noms de famille, les toponymes, les noms d'organisations, les titres d'œuvres artistiques et les appellations d'événements significatifs. Chaque type de nom propre joue un rôle distinct dans la société. Les prénoms identifient les individus et portent souvent des significations liées à leur culture et histoire : Les toponymes fournissent des repères essentiels pour l'orientation et la communication. Les noms d'organisations expriment leurs missions et valeurs, tandis que les titres d'œuvres artistiques évoquent les circonstances de leur création. En analysant ces utilisations, les linguistes peuvent mieux comprendre comment les noms propres influencent et reflètent les interactions sociales.

1.2. Onomastique comme héritage Algérien

L'onomastique, ou l'étude des noms propres, joue un rôle essentiel dans la compréhension des aspects culturels, historiques et linguistiques de l'Algérie. Les toponymes algériens, imprégnés de l'histoire multiculturelle du pays, reflètent des influences diverses telles que les arabes, berbères, françaises, et turques, illustrant des récits de colonisation, résistance et

peuplement. Des exemples notables incluent Alger, « Al-Djaza'ir », et la Kabylie. Le changement de noms de lieux postindépendance en 1962 symbolise la reprise de l'autonomie nationale et marque les mouvements de population et les évolutions sociopolitiques du pays.

L'Algérie, avec ses langues variées telles que l'arabe algérien, le berbère et le français, a vu le tamazight devenir langue nationale en 2016, soulignant le rôle de l'onomastique dans la préservation des langues autochtones. La documentation des noms en dialectes minoritaires aide à maintenir la diversité linguistique et revitaliser les langues en danger. L'onomastique s'avère ainsi indispensable pour préserver et enrichir l'héritage culturel et linguistique de l'Algérie, tout en dévoilant les dynamiques qui ont modelé la société contemporaine.

2. Nom propre dans la grammaire : rôle et spécificités

Le terme « *nom* » est employé tant dans le langage grammatical que dans le langage courant, comme le démontrent les phrases « *Le déterminant est placé à la gauche du nom* » et « *Quel est le nom de cette personne ?* ». Cette dualité se reflète également dans l'usage du terme « *nom propre (NP)*», où une ambiguïté peut survenir en fonction de l'importance accordée à la forme ou à la fonction du NP. En se fondant sur le modèle morphosyntaxique, la morphologie des NP s'inscrit dans le cadre des formes mono-lexicales, similaire à celle des noms communs (NC). Malgré cette similarité, les NP peuvent se composer de différentes manières, telles que : la juxtaposition de deux NP ou l'ajout d'un surnom descriptif. Bien que les NP puissent former des groupes nominaux (GN) autonomes, leur statut syntaxique spécifique leur permet de fonctionner à la fois comme un NC en tête de GN et comme un GN complet, soulignant leur lien avec la sous-catégorie du nom.

Selon les travaux des linguistes structuralistes, la distinction entre le NP et le nom commun (NC) repose sur leur capacité à désigner des entités dans le discours : Ferdinand De Saussure (1916) souligne que le NP identifie un être spécifique unique, tandis que le NC désigne une classe entière d'êtres. Gustave Guillaume (1964) renforce cette idée en affirmant que le NP est exclusivement destiné à identifier un être singulier, sans possibilité de référence à autre chose. Ainsi, la différence fondamentale entre le NP et le NC réside dans la spécificité de la référence : le NP identifie un individu particulier, tandis que le NC englobe une catégorie plus large d'entités partageant des caractéristiques similaires.

Le NP se présente comme une forme linguistique définie par des phonèmes ou des lettres dans un système de langue, tout en étant aussi une représentation tangible d'une entité du monde réel, en tant que propriété d'un individu spécifique. Il est question d'une entité à double facette. Comme l'explique Achard Bayle (2009 : 24) cité par Mohsan Elkbir (2015 : 77) « *[L]e [nom propre] est un signe de reconnaissance étiqueté à une personne en tant que telle, sous certaines conditions ou jusqu'à limites.* » Cette matérialité permet d'analyser le NP selon diverses perspectives (sociologie, psychologie, législation, littérature, l'économie, le droit, la politique, …) dans le monde réel. A vrai dire, chaque perspective examine les NP sous un angle spécifique en relation avec la société et le langage. Ces perspectives permettent d'explorer les changements de nom, les implications commerciales, juridiques et politiques, ainsi que le rôle des NP dans la construction des personnages, des situations littéraires et dans l'espace où il évolue. Effectivement, le NP peut être traité sous un angle pluridisciplinaire comme l'affirme Jean Molino dans sa contribution. Le NP possède donc une double nature en tant que formes linguistiques et objets concrets du monde réel : il se conforme aux règles phonologiques et

morphologiques de leur langue d'appartenance, comme en témoignent les adaptations phonétiques facilitant leur usage, telles que : « *Algérie/Aldjazair* », etc. ,Par ailleurs, Catherine Kerbrat-Orecchioni (1980) : « *Le nom propre est, du point de vue syntaxique, un élément non-spécifique.*» Cela signifie, les noms propres, en syntaxe, sont soumis aux mêmes règles que les noms communs et autres éléments linguistiques, sans recevoir de traitement syntaxique spécial malgré leurs différences sémantiques, ce qui les intègre dans les structures grammaticales de façon similaire aux noms communs.

Les définitions du nom propre soulignent ses aspects distinctifs comme sa désignation unique, son arbitraire et son absence de signification intrinsèque, tout en reconnaissant que cette notion demeure sujette à débat, avec diverses perspectives non exhaustivement abordées. Explorer les critiques et les nouvelles approches dans la recherche contemporaine pourrait enrichir cette réflexion, mais les définitions présentées offrent déjà un cadre solide pour comprendre ce concept fondamental en linguistique, invitant à une exploration approfondie et stimulante.

3. Morphosyntaxe et contributions du nom propre à travers les langues

La morphosyntaxe étudie l'interaction entre la morphologie des mots et leur organisation syntaxique dans les phrases, éclairant leur influence mutuelle et enrichissant notre compréhension de la structure grammaticale. Selon Maurice Gross, un éminent linguiste français, la morphosyntaxe « *traite des aspects de la grammaire où la morphologie et la syntaxe se conjuguent.* » (Gross, 1968). Cette définition souligne l'interdépendance des deux disciplines dans l'analyse linguistique. De son côté, le linguiste réputé Steven Pinker affirme que la morphosyntaxe est nécessaire pour « *l'assemblage des mots en phrases grammaticalement structurées.* » (Pinker, 1994). En effet, la morphosyntaxe est essentielle dans la formation de la structure du langage, essentielle à la communication efficace. En ce qui concerne Andrew Spencer, linguiste britannique, reconnaît également l'importance de la morphosyntaxe, en particulier dans le contexte de l'acquisition du langage chez les jeunes enfants. Il explique que cette discipline est « fondamentale pour comprendre la manière dont les enfants apprennent à construire des phrases qui respectent les règles grammaticales." (Spencer, 1991). Cela indique le rôle vital de la morphosyntaxe dans le développement linguistique. En bref, la morphosyntaxe, telle qu'elle est décrite par ces experts, est essentielle non seulement pour l'analyse linguistique mais aussi pour la compréhension du développement du langage chez l'humain. Voire sa contribution dans l'utilisation des NP.

L'analyse morphosyntaxique des noms propres est une branche importante de la linguistique, qui examine leur structure et fonctionnement dans diverses langues. Pour se faire une revue de littérature a été réalisée sur tous les plans : développement Historique, approches Théoriques, études empiriques, comparaisons interculturelles. Elle résume les avancées dans ce domaine, en mettant l'accent sur différentes méthodes et découvertes dans des contextes linguistiques variés. Initialement focalisée sur la classification et l'origine des noms, la recherche a évolué vers des études plus détaillées sur la morphologie et la syntaxe, avec des contributions significatives d'auteurs, tels qu'Anderson (1982), qui a exploré leur intégration syntaxique. Différentes approches théoriques, allant du structuralisme au générationalisme inspiré par Chomsky, ont enrichi la compréhension des noms propres, tandis que les perspectives récentes de la pragmatique et de la sociolinguistique ont examiné comment ils peuvent indiquer des

distinctions sociales. Les recherches empiriques, comme celles de Montes-Alcalá (2001) sur l'espagnol et de Corbett (1991) sur le russe, ont révélé la complexité de l'adaptation morphosyntaxique des noms propres en fonction des spécificités linguistiques. Des comparaisons interculturelles montrent que l'analyse morphosyntaxique varie grandement entre les langues, avec des spécificités notables en japonais et en langues sémitiques comme l'arabe. En conclusion, l'analyse morphosyntaxique offre des perspectives précieuses sur la manière dont les langues reflètent les identités culturelles et sociales, et appelle à une approche plus intégrée dans les recherches futures pour une compréhension plus profonde de ces phénomènes linguistiques.

II.Corpus et méthodologie:

Pour examiner les noms d'hôtels dans un contexte plurilingue, notamment d'une des villes tunisienne comme Hammamet, nous recourons à des fondements théoriques en sciences du langage. Nous référons particulièrement à l'onomastique, la morphosyntaxe et sociolinguistique pour analyser comment les noms reflètent des influences linguistiques et culturelles diverses.

Pour la collecte et le traitement des données linguistiques, nous approchons au terrain d'étude, la ville de Hammamet de la Tunisie en le contextualisant. Hammamet, située sur la côte sud-est de la Tunisie, est réputée pour son tourisme et son patrimoine culturel riche. Cette ville balnéaire qu'on a découverte lors de notre stage d'étude est un carrefour de cultures et de langues, reflétant un mélange d'influences arabe, berbère, française, et plus récemment, globale. Ce qui a sollicité notre attention c'est l'industrie hôtelière y est particulièrement florissante, faisant de Hammamet un lieu idéal pour une étude onomastique centrée sur les noms d'hôtels. C'est pourquoi, nous avons commencé par collecter le corpus sur place lors de la deuxième quinzaine du mois de septembre 2023 de notre séjour. Pour sélectionner l'échantillon des noms des hôtels lors de nos déambulations, nous avons pris, tout d'abord, des photos des noms des hôtels existant selon des critères spécifiques pour cibler la région de Hammamet. Nous avons capturé une cinquantaine. Cette sélection vise à garantir une représentativité diversifiée, capturant un large spectre de données onomastiques pertinentes en se fondant sur une observation non participante. Pour vérifier et renforcer la collecte des données, nous avons, ensuite, récupéré des informations à partir de plateformes en ligne, telles que : Booking, Expedia et TripAdvisor. Nous avons cerné au total de 122 noms d'hôtels a été extrait et catalogué avec des détails sur leur orthographe, les langues utilisées, et leur répartition socio-géographique.

Pour le traitement des données, les noms hôteliers sélectionnés sont systématisées dans un tableau synoptique pour une analyse approfondie. Ce processus permet une évaluation structurée, facilitant l'analyse morphosyntaxique et socioculturelle des noms cernés. Il est indispensable de souligner que cette approche détaille les méthodes morphosyntaxiques utilisées pour examiner les structures des noms d'hôtels, d'un côté. Elle explore comment les aspects formels des mots influencent leur signification et leur utilisation dans un contexte commercial et culturel. De l'autre côté, elle examinera implications socioculturelles des choix onomastiques, reflétant comment ces noms d'hôtels s'inscrivent dans le paysage culturel et linguistique de Hammamet de la Tunisie. Cette méthodologie fournit une structure rigoureuse pour l'analyse des noms d'hôtels à Hammamet, en combinant des techniques quantitatives et

qualitatives pour une compréhension enrichie des dynamiques onomastiques régionales dans le contexte plurilingue.

Notre étude s'ancrera donc dans une approche interdisciplinaire des sciences du langage, mobilisant des concepts issus de l'onomastique, de la morphosyntaxe, et de la sociolinguistique pour analyser les noms d'hôtels à Hammamet de la Tunisie. Ces disciplines nous permettront d'examiner comment les noms intègrent et reflètent les diverses influences linguistiques et culturelles dans cette région multilingue de la Tunisie.

- **Pourquoi une enquête menée sur les noms d'hôtels à Hammamet de la Tunisie ?**

Il est important de contextualiser le terrain d'étude, la ville de Hammamet sur divers plans :

Sur le plan géographique, en premier lieu, Hammamet, localisée sur la côte nord-est de la Tunisie, est célèbre pour ses plages de sable blanc et son climat méditerranéen. Cette ville est encadrée par la mer et les collines, offrant un paysage enchanteur pour les visiteurs. Sa position stratégique, non loin de grandes villes tunisiennes comme Tunis et Sousse et à proximité de sites historiques majeurs, tels que : Carthage et Kairouan, renforce son rôle clé dans le tourisme et le commerce régional. Hammamet l'enchanteresse réputée pour être une destination touristique de premier plan, Hammamet propose une vaste gamme d'hébergements, incluant de nombreux hôtels, ressorts, et centres de loisirs qui attirent une clientèle internationale à la recherche de relaxation et d'activités culturelles. Grâce à son ambiance méditerranéenne, ses sites chargés d'histoire, et ses infrastructures dédiées aux visiteurs : elle figure parmi les destinations les plus appréciées de Tunisie. Une enquête sur les noms d'hôtels à Hammamet en Tunisie se justifie par des objectifs académiques, linguistiques et socioculturels importants. L'analyse onomastique de ces noms dans un environnement plurilingue révèle comment les langues telles que l'arabe, le français, l'anglais et l'espagnol sont stratégiquement utilisées pour façonner l'identité des lieux dans cette région touristique majeure. Cette étude permet de comprendre la coexistence et l'interaction des langues dans le contexte commercial et culturel, illustrant l'usage créatif des structures morphosyntaxiques.

D'un point de vue sociolinguistique, en second lieu, l'analyse des noms peut dévoiler comment les concepts de prestige, d'exclusivité, et d'accessibilité sont communiqués, influençant ainsi la perception des consommateurs et révélant des stratégies de globalisation ou de localisation employées par l'industrie hôtelière. De plus, cette recherche peut fournir des perspectives précieuses sur la manière dont les noms influencent la stratification sociale et économique dans le tourisme. En comparant les noms d'hôtels de Hammamet avec ceux d'autres régions, les chercheurs peuvent approfondir la compréhension des pratiques onomastiques à une échelle plus large. Ce comparatif enrichit non seulement la recherche académique dans le domaine de l'onomastique mais aide également à mieux saisir la négociation des identités locales et globales à travers les choix onomastiques. En somme, cette enquête enrichit notre compréhension des dynamiques linguistiques et culturelles dans les espaces touristiques globaux.

L'enquête sur les noms d'hôtels à Hammamet, Tunisie, est motivée par des objectifs socio/linguistiques et socioculturels significatifs (Canut, 2000). L'analyse onomastique dans un contexte plurilingue révèle comment des langues existantes, telles que : l'arabe, le français, l'anglais et l'espagnol façonnent l'identité des lieux dans cette zone touristique. Cette étude

permet de comprendre la coexistence et les interactions linguistiques dans des espaces commerciaux et culturels, montrant l'utilisation créative et stratégique des structures morphosyntaxiques de ces langues. De plus, en tant que point de rencontre de diverses influences culturelles, Hammamet offre un cadre idéal pour explorer comment les noms d'hôtels reflètent à la fois le portrait linguistique, l'héritage historique et les tendances culturelles contemporaines. Ces noms fonctionnent non seulement comme des repères mais aussi comme des outils de marketing, contribuant à la construction d'identités culturelles destinées à un public international. Ainsi, l'analyse des choix de noms, sur le plan sociolinguistique, peut révéler comment les notions de prestige, d'exclusivité ou d'accessibilité sont communiquées, influençant la perception des consommateurs et mettant en lumière des stratégies de globalisation ou de localisation adoptées par l'industrie hôtelière. Cette perspective peut également offrir des insights précieux sur la manière dont les noms contribuent à la stratification sociale et économique dans le contexte touristique. Enfin, comparer les noms d'hôtels de Hammamet avec ceux d'autres régions peut enrichir la compréhension des pratiques onomastiques à une échelle plus large, contribuant ainsi à l'étude globale des noms de lieux. Cela permet non seulement d'enrichir le corpus académique sur l'onomastique mais aussi de mieux comprendre comment les identités locales et globales sont négociées dans les choix onomastiques. En bref, cette enquête est essentielle non seulement pour enrichir la compréhension scientifique et universitaire des interactions entre langue, culture et commerce mais aussi pour fournir des perspectives applicables en tourisme et en marketing, offrant ainsi une base pour des stratégies de développement culturellement sensibles et linguistiquement adaptées.

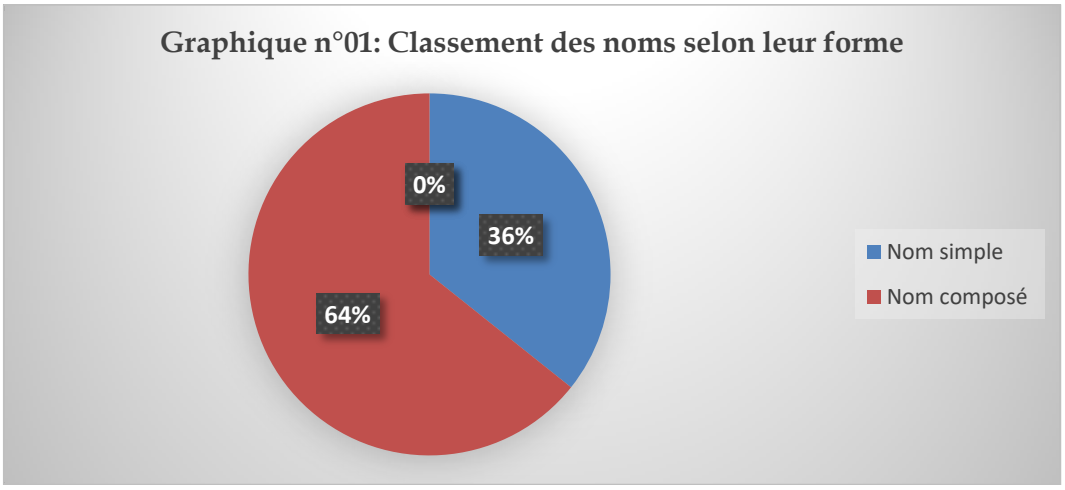
III. Noms hôteliers de Hammamet, un réseau morphosyntaxique :

Nous tenterons de démasquer le visage morphosyntaxique des hotels de Hammamet à partir de leurs noms en classant les noms selon leur forme, leur structure, leur origine linguistique. A savoir :

Pour catégoriser les noms de notre corpus selon leur forme, nous nous baserons sur une analyse morphologique, distinguant entre les noms simples et les noms composés, conformément à la définition suivante : un nom propre est qualifié de "simple" s'il ne comporte qu'une partie, tandis qu'il est considéré comme "composé" s'il en comprend plusieurs (Cheriguen, 1994 : 137).

A partir du graphique n°01, le classement des noms d'hôtels à Hammamet révèle une prédominance significative des noms composés par rapport aux noms simples. Sur un total de 112 noms examinés, 72 sont des noms composés, tandis que 40 sont des noms simples. Cette répartition quantitative indique une nette tendance à utiliser des combinaisons de mots pour nommer les établissements hôteliers dans cette région. Cette tendance pourrait être le reflet de plusieurs facteurs. Les noms composés procurent une plus grande latitude créative, permettant aux établissements de jouer avec la langue et de créer des associations uniques. Ces associations peuvent inclure des éléments évocateurs, des références culturelles ou des éléments de branding, visant à attirer l'attention des clients potentiels et à se démarquer de la concurrence. En revanche, les noms simples, bien que plus directs et descriptifs, peuvent parfois manquer de l'impact émotionnel ou de la nuance associés aux noms composés. Sur le plan qualitatif, nous avançons que les noms composés peuvent également offrir une richesse supplémentaire de sens

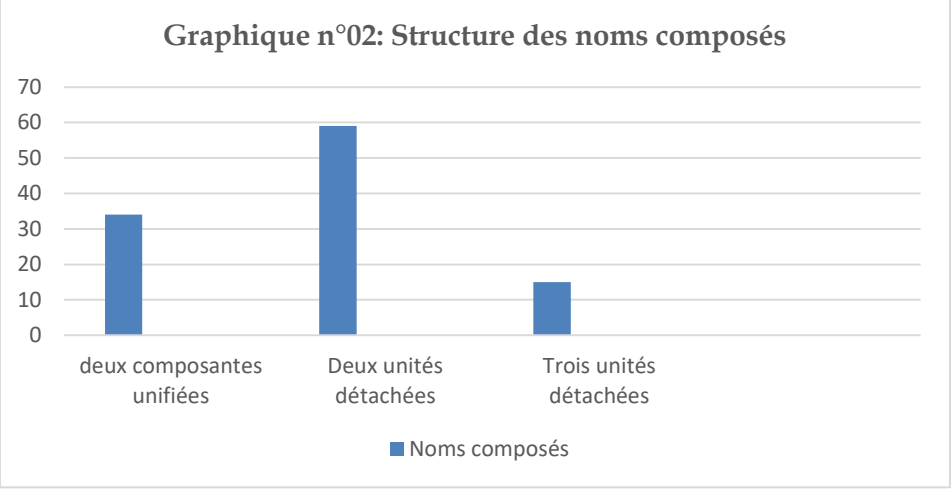
ou d'association. Par exemple, un nom simple comme « *Beach Hôtel* » indique simplement la proximité d'une plage, tandis qu'un nom composé comme « *Golden Sands Resort* » peut évoquer une image plus luxueuse ou exotique. Ainsi, le choix entre un nom simple et un nom composé peut être guidé par le désir de transmettre une certaine ambiance, de capturer l'imagination des clients ou de communiquer des valeurs spécifiques associées à l'établissement. En effet, ce traitement des données met en lumière l'importance des noms dans le secteur hôtelier et leur capacité à influencer les perceptions et les attentes des clients. Comprendre les tendances et les nuances dans le choix des noms d'hôtels à Hammamet offre des insights précieux pour les professionnels du marketing, du tourisme et de la linguistique, les aidant à mieux cibler leur public et à différencier leurs offres dans un marché concurrentiel.



L'analyse des noms d'hôtels à Hammamet révèle une diversité intrigante tant dans leur forme que dans leur signification. Parmi les 112 noms étudiés, une prédominance significative se dégage en faveur des noms composés, lesquels représentent une part prépondérante du paysage hôtelier local. En explorant la structure des noms composés, nous découvrons une variété intéressante. Nous constatons que la structure grammaticale des noms d'hôtels à Hammamet varie en fonction de la manière dont les différents éléments sont combinés pour former un nom complet. Ces noms sont souvent constitués de plusieurs composants qui peuvent être combinés de différentes manières. A partir de notre échantillon, nous remarquons que la structure grammaticale des noms en fonction de leur composition. Les noms d'hôtels à Hammamet présentent trois structures principales : deux unités détachées, deux composants unifiés et trois unités détachées.La structure grammaticale des noms d'hôtels à Hammamet varie selon la combinaison des différents éléments. Les noms sont souvent constitués de plusieurs parties, formant ainsi des combinaisons diverses. Les noms composés de deux unités détachées comprennent une description de la localisation ou des installations, suivie du type d'établissement. « *Hôtel Khella* » et « *Royal Hammamet* » en sont des exemples. D'autres noms, comme « *Radisson Blu Resort et Thalasso Hammamet* » et « *Iberostar Averroes* », fusionnent deux parties en un seul mot pour former des noms composés de deux composants unifiés. ainsi, les noms composés de trois unités détachées donnent une description détaillée, avec chaque partie apportant une information spécifique. Le cas « *Les Orangers Garden Villa and Bungalows Ultra all inclusive* » et « *Nahrawess Thalasso and Waterpark Resort Hammamet* » illustrent cette structure.

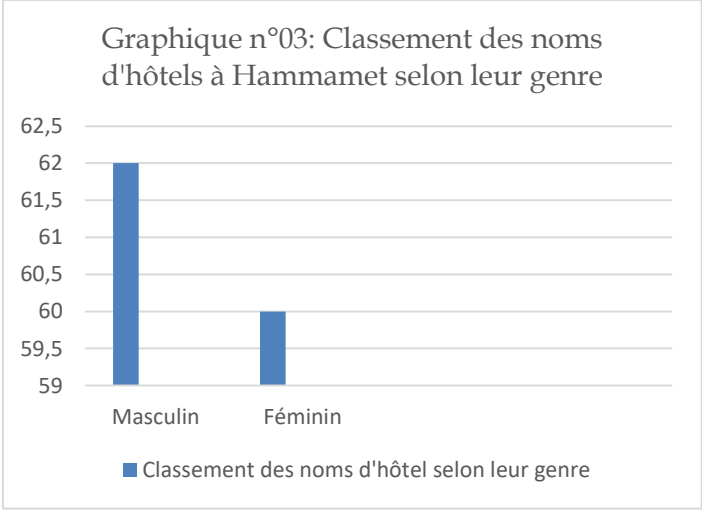
Cette diversité grammaticale reflète la créativité des établissements hôteliers de la région, fournissant aux visiteurs une variété d'options pour répondre à leurs préférences.

Selon le graphique n°02, ci-après, les noms composés des hôtels à Hammamet révèle une prédominance marquée des structures linguistiques. Les noms composés de deux unités détachées représentent une écrasante majorité de 81%, offrant une flexibilité descriptive. Les noms composés de deux composants unifiés sont moins fréquents, ne constituant que 13% des cas, mais ils associent souvent une marque ou un concept à un type d'établissement. Ainsi, les noms composés de trois unités détachées, bien que moins courants avec seulement 8%, proposent une description détaillée des installations ou des services. Cette diversité reflète la richesse socioculturelle et la variété des établissements hôteliers à Hammamet. A titre d'exemple, « *Hotel Khella* » illustre la structure des deux unités détachées, tandis que « *Radisson Blu Resort et Thalasso Hammamet* » montre un nom composé de deux composants unifiés, soulignant une marque prestigieuse. Ce traitement de la structure grammaticale souligne l'impact significatif des noms composés dans la communication et le marketing des hôtels à Hammamet à tous les plans : Sur le plan sociolinguistique, la diversité des structures reflète différentes stratégies de branding et de marketing, accordant flexibilité et descriptivité aux noms composés de deux unités détachées, et mettant en valeur des partenariats avec les noms composés de deux composants unifiés. Sur le plan socioculturel, ces noms reflètent la riche diversité culturelle de Hammamet, avec des influences locales et internationales. Comprendre ces structures linguistiques peut aider les professionnels du tourisme et du marketing à mieux positionner leurs établissements, attirant ainsi un public plus large dans un marché compétitif.

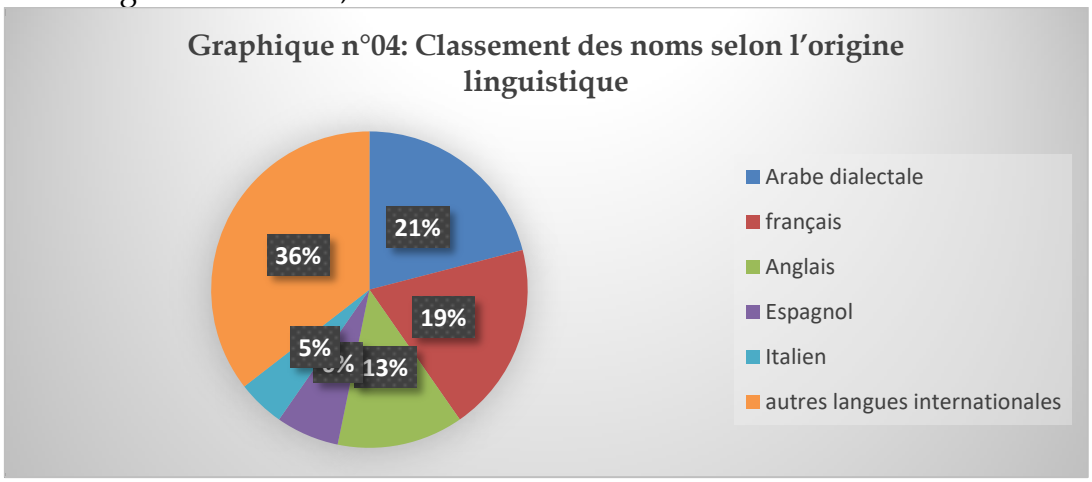


Dans l'effervescente mosaïque des noms d'hôtels à Hammamet, chaque syllabe résonne comme une invitation à l'évasion, un fragment d'histoire ou une promesse d'expérience inoubliable. Tel un archéologue linguistique, plongeons dans ce kaléidoscope de noms pour dévoiler les secrets cachés derrière chaque intitulé. Ce qui nous a incités à classer, distinguer, quantifier et interpréter les noms d'hôtels de Hammamet selon leur genre. A partir du corpus receulli, il y a une répartition quasi-équilibrée est observée entre les noms masculins et féminins, avec respectivement 62 et 60 occurrences. Cette égalité numérique souligne la diversité linguistique des noms d'hôtels à Hammamet exposés dans le graphique n°03, ci-dessous. Au niveau morphosyntaxique, ces noms présentent une grande variété de structures. Ils vont des simples noms propres aux noms composés complexes. A titre illustratif, « *Radisson*

Blu Resort et Thalasso Hammamet » est un exemple de nom composé comportant plusieurs éléments distincts, tandis que « *Le Sultan* » est un exemple de nom propre simple. Sur le plan sociolinguistique, la diversité des genres peut refléter des tendances socioculturelles. Les noms masculins peuvent être associés à des notions de puissance et de prestige, comme « *Le Hammamet Hotel et SPA* », tandis que les noms féminins peuvent évoquer des concepts de beauté et d'élégance, comme le mot d'origine arabe, écrit en graphie latine « *La Badira* ». Dans le contexte socioculturel, les noms masculins peuvent faire référence à des éléments historiques ou symboliques comme « *Occidental Marco Polo* », tandis que les noms féminins peuvent refléter des éléments naturels ou esthétiques, comme « *Dar Chahrazed* ». a partir de ses données, nous pouvons comprendre comment les choix de dénomination des hôtels à Hammamet sont influencés par des facteurs morphosyntaxiques, sociolinguistiques et socioculturels. Ces facteurs contribuent à façonner l'identité linguistique et culturelle de la région dans le secteur du tourisme.



En se basant sur le graphique n°04, nous dévoilons le visage linguistique des hôteliers de Hammamet. Effectivement, dans le kaléidoscope linguistique de ses noms d'hôtels, une symphonie de langues s'entrelace, tissant un récit fascinant de diversité et d'évasion.



Lorsque nous scrutons de près cette palette linguistique, une cartographie des origines se dessine, révélant les influences multiculturelles qui façonnent l'identité de cette région

emblématique. En tête de ce voyage linguistique se tient l'arabe maghrébin, avec ses 13 noms qui résonnent comme des poèmes en hommage à la richesse culturelle de la région. Ces noms, imprégnés de l'histoire et des traditions locales, évoquent la chaleur du désert et la générosité de l'hospitalité maghrébine. Juste derrière, le français, avec ses 12 noms, offre un doux murmure de romantisme et d'élégance à travers des appellations qui évoquent le charme intemporel de la langue de Molière. Ces noms révèlent peut-être un héritage colonial, mais aussi un désir d'élégance et de sophistication. Puis, l'anglais se fait entendre avec ses 8 noms, apportant une touche de modernité et d'internationalité à cette mosaïque linguistique. Ces noms, souvent associés à des marques mondiales, incarnent l'universalité du langage du commerce et du tourisme. L'espagnol, avec ses 4 noms, et l'italien, avec ses 3 noms, ajoutent des nuances méditerranéennes à cette symphonie linguistique. Ces langues, riches en sonorités ensoleillées et en saveurs méditerranéennes, transportent les voyageurs dans un voyage sensoriel au cœur de la culture méditerranéenne. Enfin, les 22 noms provenant de l'alternance codique des langues étrangères existantes forment une constellation d'expressions exotiques et intrigantes. Ces noms, venus des quatre coins du monde, témoignent de l'ouverture de Hammamet au-delà des frontières, offrant aux visiteurs une expérience cosmopolite et multiculturelle. En conséquence, cette cartographie linguistique des noms d'hôtels à Hammamet nous invite à un voyage au-delà des mots, révélant les liens profonds entre langage, culture et identité. Chaque nom, qu'il soit en arabe, en français, en anglais, en espagnol, en italien ou dans une autre langue, raconte une histoire unique, enrichissant ainsi le tissu multiculturel de cette ville balnéaire envoûtante.

Dans la foisonnante liste des noms d'hôtels à Hammamet cernée, un phénomène linguistique émerge : celui des noms hybrides. Tels des oasis culturelles au cœur de la médina linguistique, ces noms captent l'attention et invitent à une exploration sociolinguistique. Un « ***nom hybride*** » est un nom composé de deux ou plusieurs éléments provenant de langues différentes. Ces éléments peuvent être des mots entiers, des racines ou des affixes. Les noms hybrides sont souvent utilisés dans des contextes multilingues, comme dans les zones de contact entre deux langues ou dans les communautés diasporiques. On dénombre 49 noms hybrides des 122 noms répertoriés illustrent ce phénomène. Ce chiffre, bien que représentant une minorité, révèle une tendance intrigante. Ces noms hybrides se distinguent par leur fusion de différentes langues, incarnant ainsi une véritable symphonie linguistique dans le paysage hôtelier de Hammamet. En effet, ces noms hybrides témoignent de la richesse socioculturelle et de l'héritage historique de la région. En intégrant des éléments linguistiques variés, tels que l'arabe, le français, l'anglais, l'espagnol et l'italien, ils incarnent la diversité et la tolérance culturelle propres à Hammamet. Par exemple, « *Radisson Blu Resort et Thalasso Hammamet* » combine l'anglais pour le nom de la chaîne hôtelière avec le français pour les termes « *Resort* » et « *Thalasso* », tandis que « *Diar Lemdina Hotel* » mêle l'arabe et le français. Sur le plan sociolinguistique, ces noms hybrides révèlent les influences multiples qui façonnent l'identité de Hammamet. Ils peuvent être interprétés comme des expressions de mondialisation, où les échanges culturels transnationaux se matérialisent dans le paysage urbain. De plus, ils illustrent la volonté des acteurs locaux d'attirer une clientèle internationale, en utilisant des noms familiers et attrayants dans différentes langues. En somme, l'émergence des noms d'hôtels hybrides à Hammamet est bien plus qu'une simple curiosité linguistique. C'est un reflet de la

diversité, de l'ouverture et de l'adaptabilité de cette destination touristique dynamique. Ces noms captivants ajoutent une dimension supplémentaire à l'expérience des voyageurs, les invitant à explorer les richesses culturelles, la dimension identitaire et linguistique de Hammamet.

Conclusion

En guise de conclusion, notre exploration des noms d'hôtels à Hammamet s'est avérée être une véritable immersion dans un écosystème riche en diversité linguistique et culturelle. L'adoption d'une méthodologie mixte, alliant analyses quantitatives et qualitatives, a permis de mettre en lumière la manière dont ces appellations reflètent les nombreuses dimensions de cette illustre destination touristique. A savoir : Sur le plan morphosyntaxique, notre étude a révélé un spectre étendu de structures nominatives, oscillant entre des appellations succinctes et des compositions plus élaborées. Ce panorama témoigne des diverses tactiques onomastiques adoptées pour capter l'essence de ce lieu. D'un angle sociolinguistique, nous avons scruté les répercussions des influences culturelles et historiques sur ces dénominations, éclairant ainsi les identités locales tout en soulignant les efforts d'internationalisation du secteur touristique. En ce qui concerne l'aspect socioculturel, notre analyse a démontré comment ces noms intègrent des éléments emblématiques de Hammamet, tels que ses attributs culturels et naturels, contribuant de ce fait à sculpter son identité unique et à amplifier son charme touristique. On peut déduire que la synthèse de ces perspectives diversifiées a abouti à une cartographie détaillée des noms d'hôtels à Hammamet, révélant la profondeur et la complexité de cette destination. Cette investigation approfondie a enrichi notre compréhension du rôle essentiel des noms d'hôtels dans la valorisation de Hammamet comme havre de prédilection, tout en soulignant l'importance cruciale de la diversité linguistique et culturelle dans le panorama du tourisme.

Réréfences bibliographiques :

- **CATHERINE Kerbrat-Orecchioni, (1980) «** L'article défini : problèmes de syntaxe et de sémantique », Langages, n° 58, pp. 7-43.
- CHERIGUEN Foudil, (1993) « *Toponymie algérienne des lieux habités* », (les noms composés).alger : Epigraphe, 187p.
- **DOMINIQUE Sperber & Dan Sperber, (1981) «** Le nom propre », Degrés, n° 18, pp. 3-37
- **FERDINAND De Saussure, (1916)** *Cours de linguistique générale,* **Éditeur :** Payot, Paris.
- **GUSTAVE Guillaume, (1964),** *Du principe de l'économie dans les transformations du langage,* **Éditeur :** Presses Universitaires de France (PUF), Paris.
- HAILLET Pierre Patrick, (2004) « Nature et fonction des représentations discursives : le cas de la stratégie de la version bémolisée », in, Langue française 2 (n°142), pp. 7-16.
- **SAUL Kripke, (1980)** *Naming and Necessity, Harvard University* Press, Cambridge, MA.

Annexe : Liste des noms des hôtels de Hammamet en Tunisie de cette recherche.

1. Radisson Blu Resort et Thalasso Hammamet
2. La Badira
3. Steigenberg Marhaba Thalasso Hammamet
4. Les Orangers Garden Villa and Bungalows Ultra all inclusive
5. Hotel Khella
6. The Blue Manar
7. Occidental Marco Polo
8. Hotel Nesrine Hammamet
9. Hotel El Fell
10. Iberostar Averroes
11. Hotel Bel Azur Thalasso and Bungalows
12. Royal Azur Thalassa
13. Le Hammamet Hotel et SPA
14. TMK Hotel Flora Park
15. Dar Hammamet Guest House et Hammam
16. Le Corail Appart'Hotel Yasmine Hammamet
17. Dar Azur Hammamet Guest House
18. Villa Jasmin
19. The cozy corner
20. Hotel la Résidence Hammamet
21. Royal hammamet
22. TUI Blue Manar
23. Verte Casa
24. Immeuble Yasmine
25. El Mouradi El Menzah
26. Villa Yasmine Hammamet
27. Diar Lemdina Hotel
28. Medina Solaria and Thalasso
29. TUI MAGIC LIFE Africana
30. Mediterranee Hammamet
31. Le Sultan
32. TUI Blue Oceana
33. Hammamet Serail
34. Samira club
35. The sindbad
36. El Mouradi Hammamet
37. Hotel Menara
38. Maison Bleu
39. Bungalow El Houda
40. Royal Nozha
41. Résidence Neffati
42. Hotel Romane

43. Soltane résidence
44. Medina Hammamet
45. Golden Tulip Taj Sultan
46. The Mirage Resort et Spa
47. Nozha Beach Resort et spa
48. Venicia
49. Hotel Dar Mhana
50. Les Jasmins de Hammamet
51. Dar Beldi
52. Dar Fatma
53. Splash World Venus Beach
54. Dar Chelbia
55. Hotel Hamilton
56. Résidence Nour Hammamet nord
57. Emira Hotel
58. Hotel Paradis Palace
59. Dar Chahrazed
60. Dar Salah
61. Hotel nesrine Hammamet
62. Dar essarouel Hammamet
63. Dar Selima
64. Hotel Tunisia Lodge
65. Hotel Mechmoum Yasmine Hammamet
66. Hotel Golfe
67. Dar Khayam
68. Golden Yasmine Mehari Hammamet
69. Alhambra Thalasso
70. Bel Azur Thalasso et Bungalows
71. La Playa hotel Club
72. Green Golf et Aquapark
73. Medina Solaria et Thalasso
74. Sentido Phenicia
75. Laico
76. The Russelior
77. Salammbo Hammamet
78. L'Ecrin Garos
79. Lella Baya et Thalasso

80. Nahrawess Hotel Thalasso

81. Hotel Aziza Thalasso Golf
82. Iberostar Averroes
83. Menara
84. Nesrine
85. Atrium
86. Regency Hammamet
87. Shalimar
88. Vincci Marillia
89. Yadis Hammamet
90. Zodiac Hammamet
91. Le Khalife Hammamet
92. Atrium Hammamet
93. Monarque les Colombes
94. Nahrawess Thalasso and Waterpark Ressort Hammamet
95. Shalimar Aquapark Hammamet
96. Sun Holiday beach Club
97. African Queen
98. Bravo Yasmine Hammamet
99. Caribbean World Hammamet
100. Calimera Delfino beach resort et spa Hammamet
101. Chichkhan Hammamet
102. Dar Hayat Hammamet
103. Hammamet Azur Plaza
104. Golden Tulip Soltan resort Hammamet
105. Green Golfe Hammamet
106. Hammamet beach
107. Hasdrubal Thalassa et spa Yasmine Hammamet
108. Hawai Beach Club Hammamet
109. La Couronne Hotel Club Hammamet
110. Le corail Appart Hotel Hammamet
111. Le Hammamet Hotel
112. Magic Hotel Manar Hammamet
113. Majesty Hammamet
114. Medina Belisaire et Thalasso Hammamet
115. Median Solaria et Thalasso Hammamet
116. Palm Beach Hmmamet
117. Résidence La Paix Hammamet
118. Résidence Mahmoud
119. Résidence Romane Hammamet
120. Riva
121. Royal Nozha Hammamet
122. Yadis Hammamet Club

Biographie de l'auteure :

[1] Nous avons fait ce constat lors de notre stage de perfection de l'année universitaire 2022-2023.