



**HAL**  
open science

# L'analyse des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande

Jitwongnan Jarukan

► **To cite this version:**

Jitwongnan Jarukan. L'analyse des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande. Sciences de l'Homme et Société. 2014. dumas-01084118

**HAL Id: dumas-01084118**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01084118>**

Submitted on 18 Nov 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



# **L'analyse des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande**

**JITWONGNAN  
Jarukan**

Sous la direction de Madame le Professeur Agnès TUTIN

UFR LANGAGE, LETTRES ET ARTS DU SPECTACLE, INFORMATION  
ET COMMUNICATION  
Département Sciences du langage et français langue étrangère

---

Mémoire de master 2 recherche - 30 crédits – Sciences du langage

Spécialité: Langage, paroles, variation et surdité

Année universitaire 2013-2014





# **L'analyse des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande**

**JITWONGNAN  
Jarukan**

Sous la direction de Madame le Professeur Agnès TUTIN

UFR LANGAGE, LETTRES ET ARTS DU SPECTACLE, INFORMATION  
ET COMMUNICATION  
Département Sciences du langage et français langue étrangère

---

Mémoire de master 2 recherche - 30 crédits – Sciences du langage

Spécialité: Langage, paroles, variation et surdité

Année universitaire 2013-2014

## **Remerciements**

Je tiens tout d'abord à remercier la directrice de ce mémoire, Madame Agnès TUTIN qui a accepté d'encadrer ce travail malgré les connaissances plutôt légères que j'avais au début. Sincèrement, ses précieux conseils et ses gentils soutiens m'ont permis de progresser dans la réalisation de ce mémoire.

J'adresse aussi mes remerciements à monsieur Francis GROSSMANN et Madame Catherine CARRAS pour avoir accepté de faire partie de mon jury de mémoire. Leurs commentaires seront fructueux pour un prolongement de mon étude doctorale.

Je remercie également Lucie, Lee et Stéphanie pour la correction de mon mémoire malgré quelques difficultés à cause de la durée limitée.

Mes remerciements vont aussi à ma famille, mes proches et mes amis qui m'ont encouragée pendant ma première année passée en France.

### DÉCLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : ..... JITWONGNAN .....

PRENOM : ..... Jarukan .....

DATE : ..... le 14 septembre 2014 .....

SIGNATURE :



## Table des matières

Remerciements .....	3
Table des matières .....	7
<b>PARTIE 1 - INTRODUCTION .....</b>	<b>10</b>
CHAPITRE 1 – IINTRODUCTION .....	11
I. Contexte .....	12
II. Présentation du corpus : ouvrages touristiques sur la Thaïlande .....	14
A. Guide touristique .....	14
B. Corpus .....	15
III. Problématiques et méthodologie .....	16
A. Problématiques .....	18
B. Méthodologies .....	19
<b>PARTIE 2 - CADRE THÉORIQUE.....</b>	<b>21</b>
CHAPITRE 2 – LE LANGAGE ÉVALUATIF ET LES ADJECTIFS AXIOLOGIQUES .....	22
I. Langage évaluatif .....	22
A. Définition : le langage évaluatif .....	22
B. Définition : l’axiologie.....	24
II. Théories .....	25
A. Théorie du subjectivème.....	25
B. Modèle informatique du langage de l’évaluation : notion de l’analyse automatique de la subjectivité et de l’évaluation (Vernier, 2011).....	27
C. Théorie de l’évaluation ( <i>Appraisal</i> ).....	30
D. D’autres théories de l’évaluation .....	37
E. Conclusion .....	40
III. Les adjectifs axiologiques .....	41
A. Définition.....	42
B. La classification des adjectifs axiologiques.....	42
C. Conclusion .....	44
<b>PARTIE 3 - RÉSULTATS.....</b>	<b>46</b>
CHAPITRE 3 – LES ADJECTIFS AXIOLOGIQUES DANS LES OUVRAGES TOURISTIQUES SUR LA THAÏLANDE .....	47
I. Le repérage et le résultat statistique .....	47
A. La présentation du résultat statistique du corpus.....	47
B. La fréquence des adjectifs.....	49
II. Les adjectifs axiologiques.....	50
A. Les adjectifs axiologiques : le degré et la polarité.....	50
B. Les adjectifs axiologiques : la désambiguïsation et la typologie.....	59
III. Conclusion.....	74

CHAPITRE 4 – LES STÉRÉOTYPES DES DISCOURS TOURISTIQUES ET LA CIBLE D’UNE ÉVALUATION.....	76
I. Les stéréotypes des discours touristiques.....	76
A. Les stéréotypes de pensée.....	77
CHAPITRE 5 – CONCLUSION.....	83
I. Conclusion.....	83
II. Problèmes et propositions.....	85
Bibliographie.....	88
Table des annexes.....	91
Table des illustrations.....	174





# **Partie 1**

-

## **Introduction**

## Chapitre 1 – Introduction

En général, la notion d'axiologie est connue comme étant la science des valeurs. Il s'agit principalement de l'éthique et l'esthétique. Dans l'analyse discursive, l'axiologie se manifeste dans l'énoncé pour juger la valeur de la cible d'une évaluation. Elle s'intègre au discours sous des formes variées : des passages axiologiques, des figures de style, des expressions, des unités lexicales, le figement etc. Notre étude s'oriente vers des adjectifs puisqu'ils fonctionnent dans le discours comme un constituant qui dénote directement la cible.

Notre travail réside dans le domaine de l'analyse du corpus, en particulier des ouvrages touristiques. Il se compose de quatre chapitres :

- le premier chapitre présente la motivation de notre travail, la présentation du corpus, les problématiques et la méthodologie.

- le deuxième chapitre porte sur les théories concernant la connaissance de base de l'axiologie qui est intégrée, au départ, dans le langage évaluatif. Il se compose également de la théorie de l'évaluation qui permet de catégoriser les adjectifs axiologiques et qui est considérée comme étant la théorie opératoire de notre étude.

- le troisième chapitre se rapporte aux résultats quantitatifs et qualitatifs de l'étude des adjectifs axiologiques dans des ouvrages touristiques. Le résultat quantitatif présente la statistique globale du corpus, la fréquence des adjectifs axiologiques et une comparaison entre les ouvrages du corpus considéré. Le résultat qualitatif porte sur le degré axiologique, la catégorisation, la désambiguïsation des adjectifs axiologiques après une annotation dans le contexte.

- le quatrième chapitre est une analyse qualitative sur les stéréotypes de pensée. Nous avons choisi quelques sujets intéressants tels que la politesse, l'adjectif *ancien* et *vieux*, le *chaud* et le *froid* etc. Pour finir, nous proposons une conclusion, une proposition et le bilan de notre travail dans le cinquième chapitre.

## ***I. Contexte***

Il apparaît clairement que le langage évaluatif se manifeste dans tous les types de textes. Le discours d'évaluation ne se limite pas seulement au contexte académique ou scientifique et nous le repérons également dans le contexte culturel comme les critiques personnelles, la publicité ou bien les guides touristiques. Par exemple

Les seules boissons vraiment locales sont la bière, qui est excellente (la meilleure serait la « Leo »), et le mékong, « whisky thaï » à base d'alcool de riz (...) (Le Diraison, 2011, p. 38).

Dans cette petite phrase, plusieurs traces de la subjectivité de l'énonciateur apparaissent : *les seules boissons vraiment locales, excellente et la meilleure*. Cet exemple énonce une image positive d'une boisson locale. La phrase *Méfiez-vous de la fausse soie, des fausses antiquités, des fausses bonnes affaires et, évidemment, des faux guides* (Le Diraison, 2011, p. 143), présente une image négative avec des mots comme *fausses* et *faux*. Les deux exemples précédents renvoient à l'image de la Thaïlande d'un auteur étranger (Le Diraison) vers les produits locaux thaïlandais (*la bière, la soie, des antiquités, des guides*) à travers l'adjectif axiologique *faux*.

Le langage évaluatif s'exprime parfois implicitement et dans ce cas, nous éprouvons des difficultés à en repérer les traces. Il est quand même intéressant de repérer les traces explicites qui renvoient à la subjectivité de celui qui produit le discours. Les traces du langage évaluatif énoncent la valeur individuelle et la valeur collective vers une cible d'évaluation. Comme le soulignent Legallois et Ferrari :

construire en discours l'évaluation, c'est toujours construire sa propre subjectivité (et son ethos) pour l'orienter dans le champ des valeurs sociales (2006, p. 67)

Parmi les types d'évaluation, l'axiologie propose le degré évaluatif le plus intense selon l'échelle de la subjectivité de Kerbrat-Orecchioni (1999). Connaître les traces de la subjectivité existant dans une énonciation nous permet de connaître la position de l'énonciateur sur l'objet dont il parle. De plus, des valeurs individuelles de l'énonciateur deviennent parfois des valeurs sociales. C'est-à-dire que la répétition des valeurs individuelles faite par l'énonciateur, convainc probablement l'opinion publique à travers sa propre idée intégrée dans un énoncé. C'est la raison pour laquelle nous choisissons l'axiologie comme objet d'étude de ce travail, et plus spécifiquement les adjectifs axiologiques.

Kerbrat-Orecchioni (1999) insiste sur le fait que de nombreux axiologiques sont présents dans des discours qui ont pour but de disqualifier une cible, de persuader ou de convaincre l'allocutaire. Notre étude porte sur les adjectifs axiologiques qui renvoient à l'attitude d'un énonciateur sur des objets, des propos, des personnes etc. Comme il existe de nombreux adjectifs axiologiques dans le discours touristique, nous pourrions ainsi connaître l'attitude des auteurs dénotant les objets ciblés correspondant au stéréotype culturel. De plus, il est probable que les adjectifs axiologiques les plus fréquents deviennent une représentation de l'image sociale de la destination à laquelle les auteurs réfèrent.

Notre objectif à terme est d'identifier les adjectifs axiologiques les plus fréquents dans le discours touristique à travers quatre ouvrages touristiques sur la Thaïlande, et ensuite de les classer par catégories selon le degré axiologique et en modalité. Notre approche est fondée au départ sur la ressource du *Lexique de l'évaluation* développé dans le cadre du projet *Blogoscopie* (Daille, Monceaux, Vernier, & Dubreil, n.d.). Ensuite, notre approche s'oriente vers la théorie de l'*Appraisal* proposée par Martin et White (2005) qui nous permet d'analyser et de classer finement les adjectifs axiologiques dans la catégorie appropriée. Selon cette théorie, le jugement de valeur se manifeste dans la catégorie dite l'*attitude* qui comprend le jugement selon les normes sociales, l'appréciation d'un individu sur un objet ciblé et les émotions d'un individu dans un état précis.

Nous avons choisi de travailler sur un corpus constitué de quatre ouvrages (deux livres touristiques et deux guides touristiques) consacrés à la Thaïlande, un pays qui accueille beaucoup de touristes français chaque année. Ce genre de discours fonctionne comme une ressource donnant les informations « classiques » et pratiques sur une destination à ses lecteurs. L'énonciateur produit un discours informatif et descriptif sur la destination pour informer ses lecteurs et leur donner des conseils sur ce qu'il faut faire ou ce qu'il faut éviter. Comme on le verra, beaucoup de mots axiologiques sont présents dans le guide touristique.

Une des hypothèses de notre étude est que le plus grand nombre d'adjectifs axiologiques, existant dans notre corpus, appartiendra à la catégorie de « l'appréciation ». De plus, nous souhaitons prouver aussi que la théorie de l'*Appraisal* est efficace pour classer les adjectifs axiologiques dans des catégories appropriées.

Nous aborderons ce chapitre par la présentation du corpus et présenterons ensuite les outils utilisés pour les analyser. Pour finir, nous proposerons les problématiques et la méthodologie de travail.

## ***II. Présentation du corpus : ouvrages touristiques sur la Thaïlande***

### ***A. Guide touristique***

Le guide touristique est une production d'un énoncé linguistique visant d'abord à transférer le savoir à la destination des lecteurs. Comme le souligne Annabelle Seoane :

les guides de voyages visent avant tout deux objectifs : le repérage sur place et la présentation des curiosités locales pour les lecteurs-touristes. (2013, p.41)

De surcroît, le guide touristique a l'objectif de convaincre les lecteurs de faire ou d'éviter de faire quelque chose. Seoane (2013) retient le concept fondamental du guide de voyage proposé par F. Mourhon-Dallies en 1995 pour expliquer un contrat pragmatique entre l'objectif du locuteur et l'attente du lecteur : il s'agit de « faire savoir et faire faire ».

L'étude d'Annabelle Seoane (2013) sur les guides touristiques se fonde sur l'analyse du discours ainsi que l'analyse textuelle et contextuelle. Elle propose également une analyse comparative entre deux guides touristiques, identifie les traits génériques de ce genre de texte et présente une certaine variabilité : l'explication du référent, la construction de l'ethos, la représentation du lecteur-touriste. L'étude montre que le guide touristique est une production située avec une limite spatio-temporelle. Il devient le reflet d'une « image sociale » et fonctionne aussi comme représentation médiatisée qui reproduit, selon le redoublement de diffusion, l'identité culturelle et socio-historique de l'époque.

Les ouvrages analysés sont deux guides touristiques : le *Guide Gallimard* propose apparemment un « discours didactique lié à l'isotopie du beau » (Seoane, 2013, p.48) qui fonde sa relation au lecteur sur une dimension plutôt cognitive et intellectuelle tandis que le *Guide du Routard* présente une tonalité plus subjective avec un style familier et décontracté.

L'étude qualitative de Seoane (2013) propose une analyse discursive du guide touristique, l'objet d'étude de notre travail, mais elle réside plutôt dans l'approche descriptive. Elle ne touche pas directement à notre objectif de recherche qui met l'accent sur l'analyse sémantique des adjectifs axiologiques. Nous retenons donc de ce travail le concept fondamental de la fonction et du positionnement discursif du guide touristique et les appliquerons à notre étude.

Nous présenterons dans la partie suivante les ouvrages touristiques intégrés dans notre corpus de recherche.

## ***B. Corpus***

Nous avons choisi quatre ouvrages touristiques pour notre corpus : *Guide Évasion Thaïlande* (Le Diraison, 2011), *Le Petit Futé Thaïlande* (Auzias & Labourdette, 2011), *Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande* (Perve, Fontanellaz, & Perve, 2005) et *Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et cultures* (Senawong, 2007).

Les deux premiers livres sont des guides touristiques publiés par deux des cinq grandes maisons d'édition française : Hachette tourisme et Petit Futé. L'éditeur Hachette tourisme (qui publie le *Guide Évasion*©) « revendique 42% du marché » des guides touristiques (Seoane, 2012, p. 29). Quant au Petit Futé, il distribue ses guides touristiques en version imprimée et version numérique.

Le *Guide Évasion Thaïlande* et *Le Petit Futé Thaïlande* sont considérés comme des « guides pratiques » qui proposent des informations générales du pays, les attractions touristiques et l'itinéraire détaillé à travers le pays. Par ailleurs, ils donnent des informations pratiques pour aider leurs lecteurs à choisir des prestations, des sites à visiter, pour manger, pour se loger etc., tandis que le *Guide Évasion* semble plus classique au départ, *Le Petit Futé*, quant à lui, possède un ton décontracté et parfois incisif (Seoane, 2013).

Quant aux ouvrages *Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande* et *Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et cultures*, ils ne renseignent pas leurs lecteurs sur des informations pratiques; il s'agit plutôt de livres donnant des informations sur la dimension historique, géographique, culturelle et sociale de la Thaïlande. Néanmoins, un élément intéressant dans ces deux livres est qu'ils sont tous les deux publiés en Thaïlande.

*Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande* est un livre rédigé par des auteurs français et traduit ensuite en anglais et en thaï. Par rapport aux guides touristiques, cet ouvrage propose des informations fondamentales et détaillées sur l'histoire, la culture, la religion, la société, la cuisine, la faune et la flore etc. Il s'adresse plutôt aux lecteurs (soit lecteurs-touristes) qui souhaitent mieux comprendre la Thaïlande.

*Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et cultures*, livre écrit en anglais par une auteure thaïlandaise, s'adresse d'abord aux étudiants thaïlandais en licence et aux apprentis-guides qui participent à la formation du personnel dans le domaine touristique. Ensuite, ce livre a été traduit en français et a été publié (première édition) avec le soutien du Service de Coopération et de l'Action Culturelle de l'Ambassade de France en Thaïlande. L'édition suivante de ce livre a été publiée avec les Éditions Gope, et a été ainsi plus diffusée.

Pour nous, le discours touristique constitue un genre intéressant pour une étude sémantique lexicale de l'axiologie parce que le lexique axiologique se manifeste fréquemment dans ce type de discours. Par ailleurs, les études précédentes sur le langage évaluatif, dont parle l'axiologie, se focalisent souvent sur les fouilles d'opinion ou le discours journalistique tels que l'étude de Legallois et Ferrari intitulée *Vers une grammaire de l'évaluation des objets culturels* (2006), l'étude sur les jugements d'évaluation dans la presse (Jackiewicz, Charnois, & Ferrari, 2009), l'annotation des expressions évaluatives dans les revues de livres (Read & Carroll, 2012), l'analyse automatique d'opinion dans le corpus journalistique (Zhang, 2012) ou bien l'analyse de la subjectivité des fouilles d'opinions sur les blogs (Vernier, 2011). Tout bien considéré, nous ne trouvons aucune étude se consacrant principalement au lexique axiologique dans le discours touristique. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons développer ce thème.

On pourrait se demander pourquoi nous avons choisi deux types d'ouvrages différents pour notre corpus. En effet, il semble que les quatre livres considérés dans notre corpus ne sont pas tout à fait comparables puisque les deux premiers ouvrages sont évidemment des guides touristiques alors que les deux derniers sont plutôt des livres donnant des informations fondamentales sur la Thaïlande visant les lecteurs-touristes. Cependant, lors du premier repérage, nous avons trouvé que la fréquence relative des adjectifs présents dans chaque ouvrage par rapport au nombre de mots ne diffère pas de manière significative.

Ainsi, une autre hypothèse de notre travail porte sur la fréquence des adjectifs axiologiques intégrés dans les deux types d'ouvrages touristiques. Nous souhaitons prouver que la fréquence des adjectifs axiologiques dans les guides touristiques et les livres donnant des informations fondamentales, est légèrement différente. En outre, nous présumons que les quatre ouvrages sont comparables.

Nous montrons dans la partie suivante nos problématiques et la méthodologie de travail.

### ***III. Problématiques et méthodologie***

Les grandes agences de voyage telles que Havas Voyage et Nouvelles frontières proposent respectivement une trentaine et une dizaine de circuits à destination de la



Thaïlande.<sup>1</sup> Selon les données de l'assurance de voyage AVI International en 2013, un voyageur sur cinq passe ses vacances en Asie dont 19,10% ont sélectionné la Thaïlande comme destination. On pourra supposer que la Thaïlande accueille un grand nombre de touristes français chaque année. A côté du voyage, les écrits touristiques (les guides, les livres d'information sur la destination) répondent à l'attente de lecteurs-touristes, qu'ils choisissent un voyage organisé ou voyagent individuellement.

Les expressions comme *la destination exotique*, *voyage exceptionnel*, *Thaïlande authentique* sont utilisées fréquemment dans les agences de voyage ou les écrits touristiques sur la Thaïlande (les blogs de voyage, les brochures, les publications, les guides touristiques ou les livres donnant des informations fondamentales sur la destination). Nous avons choisi les deux derniers types de texte car ils s'adressent directement aux lecteurs qui s'intéressent à la destination et qui cherchent à obtenir une information correspondant à leur « attente ». Au contraire, les brochures ou les publications consistent à convaincre les lecteurs de visiter des sites touristiques conseillés.

L'objectif final de notre étude est de constituer une ressource lexicale des adjectifs axiologiques dans le discours stéréotypé culturel, en particulier le discours touristique. Cela permettra à ceux qui s'intéressent au langage axiologique de bénéficier de notre ressource lexicale. Afin d'atteindre ce but, nous tenterons d'identifier la polarité des adjectifs axiologiques intégrés dans notre corpus et les classerons dans les catégories appropriées.

Afin de repérer et d'analyser efficacement des adjectifs dans un grand corpus constitué de quatre ouvrages, des outils du traitement automatique des langues (TAL) deviennent avantageux. Pour démarrer, nous choisirons l'outil *AnaText* (Kraif, 2012) qui nous permet de d'effectuer une analyse lexicométrique globale des textes et de repérer des adjectifs (la ressource ciblée de notre étude) constituant chacune des parties de notre corpus.

Ensuite, pour vérifier le degré axiologique, nous consulterons principalement la ressource du *Lexique de l'évaluation* basée sur *Blogoscopie* (Daille et al., n.d.) en plus d'un test sémantique. Au cas où nous trouverions des adjectifs qui donnent probablement une valeur axiologique mais qui ne sont pas considérés comme adjectifs axiologiques selon le

---

<sup>1</sup>[http://www.havas-voyages.fr/sejour/circuit\\_thaïlande](http://www.havas-voyages.fr/sejour/circuit_thaïlande)  
[http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages\\_circuits/voyages\\_circuits\\_thaïlande/?Margins=7](http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages_circuits/voyages_circuits_thaïlande/?Margins=7)

*Lexique de l'évaluation* précédent, nous emploierons le modèle de l'évaluation (*Appraisal*) de Martin et White (2005) pour justifier leur valeur axiologique.

Afin de classer les adjectifs axiologiques par catégories, nous exploiterons le modèle de l'évaluation (Martin & White, 2005) comme concept principal et utiliserons l'outil *NooJ* (Silberztein, 2005) pour la phase d'annotation.

Nous présenterons les résultats quantitatifs et la liste des adjectifs axiologiques classés par catégories selon le modèle d'évaluation de Martin et White, suivie par une analyse sémantique du degré axiologique et de la polarité des adjectifs qui posent souvent un problème d'ambiguïté. De surcroît, une analyse comparative parmi les quatre ouvrages de notre corpus sera effectuée. Enfin, nous effectuerons une étude sur les stéréotypes de pensée.

### ***A. Problématiques***

Nos problématiques sont constituées de deux thèmes principaux : des adjectifs axiologiques et des typologies des adjectifs axiologiques.

La première problématique de notre étude s'intéresse aux adjectifs axiologiques les plus fréquents et au degré axiologique.

*Dans les textes ayant pour objectif d'informer et de donner des conseils aux lecteurs-touristes, quels sont les adjectifs axiologiques les plus fréquents? Sont-ils les adjectifs intrinsèquement axiologiques ?*

La deuxième problématique porte sur la typologie des adjectifs axiologiques.

*Dans le discours touristique, quels sont les types d'adjectifs axiologiques les plus fréquents ?*

La troisième problématique se focalise sur la fréquence des adjectifs axiologiques dans deux types d'ouvrages différents : les guides touristiques et les livres donnant des informations fondamentales sur la Thaïlande.

*Est-ce que la fréquence des adjectifs axiologiques dans Guide Évasion Thaïlande et Le Petit Futé Thaïlande deux guides touristiques, est significativement différente de celle calculée dans Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande et Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et cultures? Dans le cadre d'une recherche sémantique sur les adjectifs axiologiques, sont-ils des ouvrages comparables ?*

## ***B. Méthodologies***

### Étape 1 : Le traitement du corpus

Nous chercherons les adjectifs dans chaque corpus en utilisant l'outil automatique (*AnaText*) et analyserons la fréquence absolue et la fréquence relative de chaque adjectif. De chaque corpus, nous ne sélectionnerons que les adjectifs dont la fréquence relative compte à partir de 0,01 % comme données ciblées d'étude.

### Étape 2 : Le degré axiologique et la typologie des adjectifs axiologiques

Face aux adjectifs ciblés, une première question se pose : sont-ils des adjectifs axiologiques ? Le premier filtrage repose sur des tests sémantiques (Tutin, 2010) pour repérer le lexique évaluatif. Nous retenons ensuite le *Lexique de l'évaluation* qui permet d'identifier le lexique axiologique. En effet, les adjectifs axiologiques doivent posséder la valeur positive ou négative en soi ou à l'aide du contexte : nous l'appelons ici le « degré axiologique » de l'adjectif.

Si les adjectifs présentent la valeur positive ou négative en soi, ils sont des « adjectifs intrinsèquement axiologiques ». Quant aux adjectifs qui possèdent nettement une valeur positive ou négative dès qu'ils se trouvent en contexte, nous les considérons comme « adjectifs axiologiques en contexte ».

Nous nous attendons à trouver les deux groupes d'adjectifs axiologiques : les adjectifs axiologiques en contexte et hors contexte. Afin d'identifier le plus correctement possible la valeur axiologique des adjectifs, il nous faudra classer les deux groupes d'adjectifs en sous-catégories selon la catégorie d'*attitude* du modèle du langage évaluatif (Martin & White, 2005).

Nous essayerons de montrer quantitativement le résultat statistique de la typologie la plus fréquente à côté de la liste des adjectifs axiologiques de chaque catégorie.

### Étape 3 : Les adjectifs axiologiques ambigus : l'annotation et l'analyse

A partir du résultat de la démarche précédente, nous annoterons et analyserons des adjectifs ambigus en utilisant l'outil *NooJ* qui nous permet de consulter le contexte et d'effectuer l'annotation en contexte. Comme nous nous attendons à trouver un certain nombre d'adjectifs qui ne sont pas intrinsèquement axiologiques ou qui appartiennent à deux polarités, nous les analyserons précisément pour approfondir leur propre sens en

comparant celui-ci au sens basé sur le contexte. Dans cette démarche, nous désambiguïserons la polarité des adjectifs axiologiques reposant sur le contexte.

L'étape précédente permettra ainsi de dégager les adjectifs axiologiques qui deviendraient probablement les unités lexicales stéréotypées du discours touristique.

#### Étape 4 : Les stéréotypes de pensée

A l'aide de l'outil *NooJ*, nous annoterons les adjectifs axiologiques dans le contexte. L'annotation nous permettra de vérifier la valeur axiologique des adjectifs ciblés et aussi de mieux comprendre le contexte qui entoure ces adjectifs, en particulier la cible d'une évaluation. Nous pourrons ainsi analyser le stéréotype de pensée.

Nous présenterons dans le chapitre suivant le cadre théorique qui nous permet d'approfondir la notion d'axiologie et de nous orienter vers la piste appropriée à notre étude et nos attentes.

## **Partie 2**

-

## **Cadre théorique**

## Chapitre 2 – Le langage évaluatif et les adjectifs axiologiques

Les études des linguistes comme Catherine Kerbrat-Orecchioni, et J.R. Martin et P.R.R. White se situent dans des courants différents. L'une s'intéresse à la subjectivité dans l'énoncé et l'autre vise à expliquer et à catégoriser le langage évaluatif qui fonctionne dans le discours. Néanmoins, la notion d'axiologie est abordée dans les études de ces deux courants. L'axiologie fait partie du langage évaluatif. Donc, l'éclairage du phénomène axiologique sans prendre en compte le langage évaluatif semble impossible.

Le but premier de notre recherche est d'une part de repérer les ressources lexicales, en particulier les adjectifs axiologiques existant dans le discours touristique et d'autre part, de classer ces adjectifs selon leur type axiologique. Ensuite, nous les catégoriserons en respectant les modalités auxquelles ils appartiennent. Pour atteindre ce but, nous commençons par définir le langage évaluatif et axiologique et présentons les différents modèles utilisés au sein de notre étude.

### *I. Langage évaluatif*

#### *A. Définition : le langage évaluatif*

Les linguistes définissent plus ou moins différemment l'évaluation. D'après Kerbrat-Orecchioni (1999), le langage évaluatif est une trace de la subjectivité dans un énoncé. Il s'agit d'une évaluation qualitative ou quantitative d'une cible. Il concerne également le jugement de valeur du sujet parlant en face d'une cible. Le langage affectif renvoie à une réaction émotionnelle du sujet parlant en face d'un objet mais ce n'est pas de l'évaluation.

De façon plus large que le modèle précédent, pour Martin et White (2005), le langage évaluatif se manifeste dans le discours pour exprimer l'affect, le jugement de valeur d'une cible, l'engagement du sujet parlant dans un discours et le degré de l'évaluation. Hunston et Thompson définissent l'évaluation de la même manière que Martin et White (2005) :

the broad cover term for the expression of the speaker's or writer's attitude on stance towards, view point on, or feelings about the entities or propositions that he or she is talking about (1999, p. 5).

En poursuivant le courant de la linguistique systématique fonctionnelle de Martin et White (2005) introduite au départ par Halliday, Monika Bednarek (2008) note que le langage évaluatif est utilisé pour exprimer l'opinion du sujet parlant ou de l'auteur.

En nous basant sur Martin et White (2005), nous définissons le langage évaluatif comme le langage ayant pour objectif d'exprimer la propre évaluation (le point de vue, l'opinion, l'attitude, l'affect) d'un sujet parlant vers une cible. Comme le langage évaluatif se manifeste dans le discours sous des formes diverses, il est donc possible d'exprimer l'évaluation à travers le lexique, les constructions syntaxiques, l'usage des expressions ou d'autres moyens au niveau discursif. Dans l'exemple suivant :

C'est la meilleure saison pour visiter le pays, les températures sont douces, les nuits un peu fraîches. (Perve et al., 2005, p. 17)

Les adjectifs *meilleure*, *douces* et *fraîches* sont considérés comme évaluatifs puisqu'ils montrent la valeur que l'auteur donne aux substantifs *la saison*, *les températures* et *les nuits* reposant implicitement sur la comparaison de la cible avec d'autres objets ciblés. Il s'agit d'une évaluation basée sur le lexique.

D'ailleurs, l'évaluation peut être révélée dans des constructions syntaxiques, par exemple la construction de la comparaison ou du superlatif, de la négation etc. comme l'exemple ci-dessous.

Les sports nautiques les plus pratiqués sont la plongée, (...) (Le Diraison, 2011, p. 13)

Le superlatif dans l'exemple montre que, selon l'auteur, la plongée est un des sports nautiques les plus pratiqués.

De plus, l'évaluation est intégrée dans le discours sous forme d'expression, d'usage de la rhétorique, de la ponctuation etc. Par exemple :

Dans la foulée des soldats américains engagés au Vietnam qui venaient prendre des « vacances » en Thaïlande, (...) (Le Diraison, 2011, p. 59)

Normalement, le substantif *vacances* n'est jamais considéré comme évaluatif alors que le mot *vacances* dans la phrase ci-dessus renvoie à une trace de l'évaluation par rapport au substantif *vacances* en général. Selon le contexte, on pourrait dire que cela se réfère ironiquement au tourisme « sexuel ».

Ces trois exemples montrent quelques moyens d'intégration du langage évaluatif dans le discours. Si l'on revient maintenant à notre exemple de mots évaluatifs, parmi les mots *meilleure*, *douces*, *fraîches*, *pratiqués*, « *vacances* », seul l'adjectif *meilleur* possède intrinsèquement la valeur axiologique.

Pour parvenir à la cible de notre étude, les adjectifs axiologiques, nous proposons ci-dessous une définition de l'axiologie, un des principaux phénomènes du langage évaluatif (cf. III pour plus détails sur l'adjectif axiologique).

### ***B. Définition : l'axiologie***

Le dictionnaire le Petit Robert en ligne (2014) définit le terme d' « axiologie » qui vient du terme grec « *axios* » (ce qui a de la valeur) et « *-logiem* », comme la « Science et théorie des valeurs morales ». Néanmoins, en ce qui concerne les études linguistiques existantes, l'axiologie n'engage pas que la valeur éthique ou morale. Les valeurs esthétique et hédonique sont incluses.

Pour nous, l'axiologie est un phénomène relevant du langage évaluatif. Il s'agit du jugement de valeur d'une cible dans une polarité, soit positive soit négative, faite par l'énonciateur. Cette définition correspond à celle proposée par les linguistes qui se fondent sur le courant de la linguistique systémique fonctionnelle (Martin et White, Monika Bednarek) et de la linguistique énonciative (Kerbrat-Orecchioni, Matthieu Vernier).

Nous définissons ainsi l'adjectif axiologique comme l'adjectif possédant une valeur positive ou négative. Il peut s'agir d'un adjectif intrinsèquement axiologique ou d'un adjectif prenant une valeur axiologique dans un contexte particulier. Nous proposons ci-dessous quelques exemples de l'usage des adjectifs intrinsèquement axiologiques, des adjectifs axiologiques en contexte et des adjectifs axiologiques ambigus.

Une belle piscine servira de décor à vos soirées autour de délicieux cocktails.  
(Auzias & Labourdette, 2011, p. 421)

Les adjectifs *belle* et *délicieux* intégrés dans l'exemple sont classés dans la catégorie des adjectifs évaluatifs axiologiques, résidant dans la polarité positive. Il est évident que ces deux adjectifs possèdent sémantiquement la valeur positive en soi. Ils donnent ainsi une valeur positive au substantif *piscine* et *cocktails* qu'ils évaluent.

Par ailleurs, de nombreux adjectifs sont considérés comme des adjectifs « en » contexte tels que *actif*, *critique*, *grave* : ils prennent les polarités axiologiques en contexte.



Kerbrat-Orecchioni (1999) note que, à côté des adjectifs axiologiques possédant la valeur intrinsèquement négative ou positive, il existe des adjectifs axiologiques fondés sur une sémantique neutre tels que *politiques, libéral, national, bourgeois* etc. Ils renvoient à une polarité dépendant du contexte. Selon Pupier (1998), il est même possible que le mot *table* devienne positif car il pourrait faire référence à un moment agréable.

En outre, un grand nombre des adjectifs prennent les deux polarités : positive et négative, par exemple *exotique, modeste, simple*. Pour définir la polarité de ces adjectifs axiologiques dits « ambigus », il faudra ainsi consulter le contexte.

Les travaux récents sur le langage évaluatif comprennent l'étude du lexique axiologique. Des linguistes ont élaboré des modèles pour catégoriser le lexique évaluatif qui permettent aussi de classer le lexique axiologique par catégories. Par exemple, le modèle du langage évaluatif de Martin et White (2005), le cadre basé sur des paramètres (*the parameter-based framework*) chez Bednarek (2007), le modèle informatique pour exprimer le langage de l'évaluation reposant sur des modalités énonciatives proposé par Vernier (2011). Pour mener notre étude des adjectifs axiologiques dans le discours touristique, nous aurons recours à ces modèles que nous présenterons en détail dans la partie suivante.

## ***II. Théories***

### ***A. Théorie du subjectivème***

Selon la linguistique énonciative, l'axiologie est considérée comme un phénomène de la subjectivité intégrée dans le discours. D'après Kerbrat-Orecchioni (1999), l'axiologie est :

un jugement évaluatif d'appréciation ou dépréciation porté sur ce dénoté par le sujet d'énonciation (1999, p. 86)

Elle souligne aussi que l'axiologie se manifeste dans le deuxième degré de la subjectivité qui s'exprime implicitement dans le discours, par exemple l'usage des unités lexicales portant la valeur axiologique tels que *bon, beau, bien* dans une énonciation. Par contre, Kerbrat-Orecchioni note que l'usage des pronoms personnels, de la terminaison de conjugaison d'un verbe, des adjectifs possessifs etc., est considéré comme le premier degré de la subjectivité s'exprimant explicitement dans le discours.

Dans le cadre de la linguistique énonciative, la théorie du subjectivème s'intéresse à trouver les traces de la subjectivité dans un énoncé. Kerbrat-Orecchioni divise ainsi les unités lexicales en axes objectif et subjectif, avec une échelle graduelle entre eux.

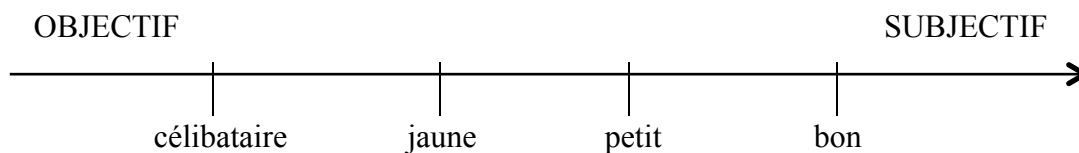


Figure 1 : L'échelle de l'axe d'opposition objectif/subjectif

Kerbrat-Orecchioni (1999, p. 83)

Comme le montre la figure ci-dessus, le classement des unités lexicales s'effectue selon leur degré de subjectivité. L'adjectif *célibataire* implique l'axe objectif parce qu'il énonce objectivement la qualité réelle d'une cible. En revanche, l'adjectif *bon* dénote la valeur d'un objet ciblé jugé par un énonciateur, son degré de subjectivité est plus intense. Quant aux adjectifs *jaune* et *petit*, leur usage a pour objectif de décrire la qualité ou la quantité de l'objet dénoté, de manière plus ou moins objective selon le degré subjectif de l'énonciateur.

Pour distinguer plus clairement le rapport interne de la subjectivité, Kerbrat-Orecchioni instaure une hiérarchie reposant sur les catégories des adjectifs subjectifs que nous verrons dans le schéma ci-dessous.

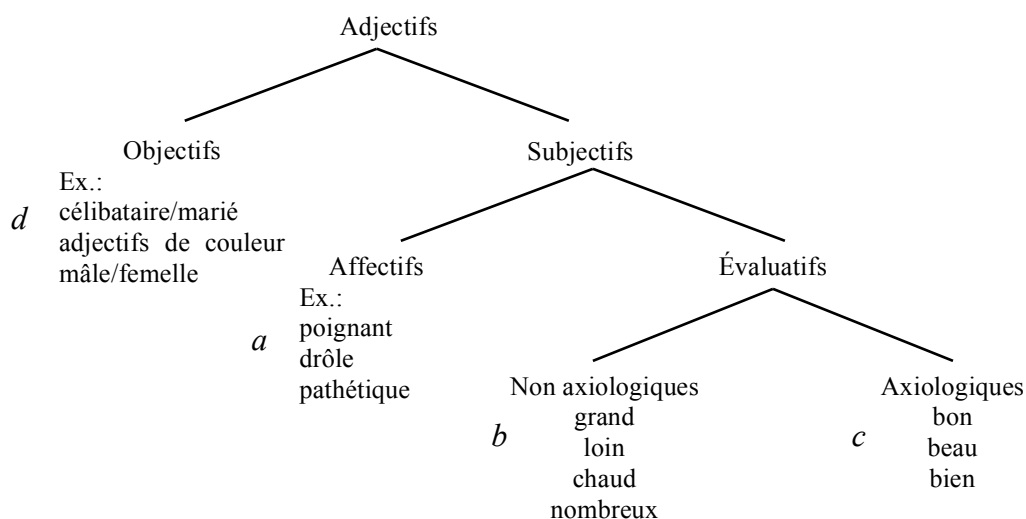


Figure 2 : Les catégories des adjectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1999)

Kerbrat-Orecchioni (1999, p. 98)

Selon le modèle hiérarchique des adjectifs subjectifs, les catégories *a*, *b*, *c* rassemblent les adjectifs subjectifs dont la première catégorie (*a*) est l'affectif et le reste (*b* et *c*) se manifeste dans le phénomène évaluatif.

**Les adjectifs affectifs** sont utilisés quand le sujet parlant exprime ses émotions en face d'un objet. Par exemple *sérieux, comique, doux, etc.*

**Les adjectifs évaluatifs** comprennent deux sous-catégories : les adjectifs évaluatifs « non axiologiques » et « axiologiques ».

Les adjectifs appartenant à deux sous-catégories sont utilisés dans une énonciation pour évaluer un objet mais il existe quand même une différence entre eux. **Les adjectifs évaluatifs non axiologiques** énoncent l'évaluation quantitative ou qualitative d'une cible en comparant à tel ou tel objet sans juger sa valeur, ni l'engagement affectif de l'énonciateur (ex. *petit, proche, froid etc.*).

Quant aux **adjectifs axiologiques**, ils déterminent un jugement de valeur en face d'une cible soit positive soit négative (ex. *excellent, mauvais, super, etc.*)

Ce modèle de l'échelle de subjectivité est aussi adopté par Mattieu Vernier (2011) pour constituer un modèle informatique du langage de l'évaluation.

### ***B. Modèle informatique du langage de l'évaluation : notion de l'analyse automatique de la subjectivité et de l'évaluation (Vernier, 2011)***

Afin de constituer un modèle informatique du langage de l'évaluation pour des applications de traitement automatique des langues, Vernier (2011) adapte le travail sur l'échelle de subjectivité de Kerbrat-Orecchioni, les modalités discursives pour le français de Charaudeau et la Théorie de l'évaluation de Galatanu à son propre travail.

Vernier prend en compte un problème relevé par Galatanu sur la présence de la complexité de la subjectivité, qui n'est pas indiqué chez Kerbrat-Orecchioni. Il insiste sur le fait que l'énonciateur exprime parfois la subjectivité en évitant la présence explicite dans le discours (sans l'usage des pronoms personnels, de la terminaison de conjugaison d'un verbe, des adjectifs possessifs, etc.). Dans ce cas, la subjectivité est intégrée implicitement dans un énoncé. Ainsi devient-il difficile de la repérer comme l'indique l'exemple suivant :

Vladimir Poutine est l'homme fort du pays. (Vernier, 2011, p. 45)

Il semble que le groupe nominal *l'homme fort du pays* se manifeste objectivement dans cet énoncé, mais en réalité, il est explicitement subjectif.

Outre le niveau et l'échelle de la subjectivité de Kerbrat-Orecchioni, Vernier adopte les modalités discursives proposées par Charaudeau pour son travail : l'opinion, l'accord-désaccord, l'appréciation (favorable et défavorable), le jugement (positif et négatif). Pour simplifier les modalités discursives de Charaudeau, Vernier les regroupe en deux types d'évaluation : les évaluations logiques et les évaluations axiologiques :

a) **Les évaluations logiques** permettent d'exprimer une évaluation mais n'actualisent pas d'axiologie positive ou négative en elle-même. Elles jugent plutôt quelque chose comme vrai/faux ou réel/irréel à l'aide de l'intégration des modalités suivantes : l'opinion et l'accord/désaccord.

- **La modalité d'opinion** énonce la croyance dans laquelle l'énonciateur se positionne. Cette modalité concerne le doute et la négation de la certitude totale sur la vérité du propos : l'attitude de **conviction** et celle de **supposition**. Par exemple :

« J'ai la conviction qu'il réussira. » ; « J'imagine qu'il n'est pas près de recommencer après ce qui lui est arrivé. » (Vernier, 2011, p. 47)

La première phrase est un exemple de conviction utilisant la proposition *J'ai la conviction* tandis que la deuxième phrase est un exemple de la supposition en montrant la proposition *J'imagine*.

- **La modalité d'accord/désaccord** concerne l'accord ou le désaccord d'un individu envers un propos. Il s'agit d'être « pour » ou « contre » tel ou tel propos. Le degré de cette modalité peut varier sur une échelle.

« Oui, certainement. » ; « Je ne suis pas d'accord avec ceux qui disent que tout est beau à l'INSAM. » (Vernier, 2011, p. 48)

La première phrase repose sur la modalité d'accord alors que le deuxième exemple porte sur la modalité de désaccord.

b) **Les évaluations axiologiques** qui permettent à l'énonciateur d'évaluer une propriété en polarité soit négative, soit positive, se divisent en deux modalités : le jugement et l'appréciation.

- **La modalité de jugement** est constituée par deux sous-catégories :

**L'éthique** : l'appréciation qui concerne la morale, les codes de conduite, les « devoir faire » (*bon, bien/mal, correct/incorrect, poli/impoli, etc.*)

**L'intellect** : l'appréciation qui concerne l'activité intellectuelle (*logique, contradictoire, rigoureux etc.*)

- **La modalité d'appréciation** se compose de trois sous-catégories :

**L'affect** : l'appréciation qui concerne les sentiments et les états d'âme tels que *bouleversant, sensationnel, triste/gai* ; les sensations, le goût comme *agréable/désagréable, bon/mauvaise* ; les comportements psychologiques tels que *énervé, agité, calme, obsédé, tranquille, olympien, attentionné, etc.*

**L'esthétique** : l'appréciation qui concerne l'art et tout ce qui, dans la nature, est jugé par rapport aux canons de la beauté par exemple *beau/laid, moderne/ancien, etc.*

**La pragmatique** : l'appréciation qui concerne l'aspect utilitaire et pratique des actions humaines comme *utile/inutile, pratique, commode, efficace, nécessaire.*

S'inspirant des travaux précédents sur la subjectivité et l'évaluation, Vernier propose un « modèle informatique du langage de l'évaluation » pour le traitement automatique qui a pour but d'identifier le phénomène évaluatif d'un énoncé ainsi que l'objet sur lequel porte une évaluation.

Vernier propose cinq caractéristiques principales dans son modèle :

$$E = \langle D, F, M, C, A \rangle$$

Le (E) correspond à chaque évaluation qui se compose de cinq caractéristiques. Premièrement, il est délimité par le caractère de début (D) et le caractère de fin (F). Il prend ensuite en compte une des modalités (M) citées précédemment : l'opinion, l'accord-désaccord, le jugement, l'appréciation.

D'ailleurs, il s'exprime soit implicitement soit explicitement dans un énoncé (C). De plus, la valeur axiologique qu'il présente est déterminée : positive, négative, ambiguë, neutre (A).

Par ailleurs, Vernier prend en compte l'objet sur lequel porte l'évaluation : (T) ou le terme cible, à côté des caractéristiques de l'évaluation pour mieux expliquer telle ou telle caractéristique évaluative. Cependant, (T) n'est pas explicitement inclus dans le modèle puisqu'il fonctionne dans un discours en tant qu'une cible de l'évaluation : il ne

possède pas de caractéristique évaluative en soi. L'exemple ci-dessous présente un modèle informatif du langage de l'évaluation élaboré par Vernier (2011, p. 50) :

1, 13, appréciation, explicite, négatif, équipe de France

Ce modèle vient de la phrase :

Je suis déçue par l'équipe de France.

La proposition *Je suis déçue* énonce explicitement une évaluation résidant dans la modalité de l'appréciation et portant sur la polarité négative. L'évaluation indiquée dénote *l'équipe de France* qui active dans cette phrase une cible d'évaluation.

Après l'analyse du phénomène évaluatif reposant sur la linguistique énonciative, nous passons ensuite à la théorie de l'évaluation, le concept fondamental de notre travail.

### **C. Théorie de l'évaluation (Appraisal)**

Afin d'analyser le langage évaluatif, Martin et White (2005) élaborent une théorie de l'évaluation ou *Appraisal* basée sur le modèle fonctionnel de Halliday. Cette théorie essaie d'interpréter/évaluer la négociation de l'attitude et du positionnement d'un énonciateur au sein du discours. Elle permet de catégoriser les phénomènes évaluatifs produits par un émetteur selon leurs caractéristiques communes. L'ensemble des trois catégories suivantes constitue le modèle de l'évaluation : l'attitude, l'engagement et la gradation.

**L'attitude** comporte trois sous-catégories selon l'engagement entre l'énonciateur et la cible d'une évaluation : l'affect, le jugement et l'appréciation. Ces trois sous-catégories énoncent le jugement de la valeur d'une cible, fait par un individu. De plus, les termes s'inscrivant dans cette catégorie possèdent une valeur tantôt positive tantôt négative. L'*affect* identifie l'émotion ou le sentiment personnel d'un énonciateur ou un sujet parlant tandis que le *jugement* présente l'attitude de l'énonciateur vis-à-vis d'un être humain, des faits, etc. Quant à l'*appréciation*, cette sous-catégorie énonce l'appréciation/dépréciation d'un énonciateur vers une cible (cf. figure 4 pour plus de détails sur l'attitude).

**L'engagement** révèle la position d'un énonciateur sur une opinion. Il s'agit de la façon dont un énonciateur exprime son évaluation dans le discours. Lorsque la présence de l'opinion de l'énonciateur ne concerne que lui, il actualise le discours en utilisant sa voix : c'est le cas de la monoglossie. Au contraire, si l'énonciateur active son opinion dans le discours en utilisant la voix des autres par exemple, il s'agit d'hétéroglossie. L'exemple

suisvant montre la différence entre le discours résidant dans la monoglossie et l'hétéroglossie :

The banks have been greedy. ; Everyone knows the banks are greedy. (Martin & White, 2005, p. 100)

L'énonciateur de la première phrase exprime directement son opinion alors qu'il diminue le degré de sa responsabilité dans la deuxième phrase en énonçant une opinion générale partagée par les autres : *Everyone knows*.

**La gradation** articule dans le discours pour renforcer ou affaiblir le degré d'une évaluation résidant dans l'*attitude* et l'*engagement*. Elle se compose de deux sous-catégories : la force et la résolution (*focus*). La *force* correspond au degré de l'intensité et de la quantité s'engageant à l'évaluation (ex. *très triste-un peu triste* : l'intensité, *un petit problème-un grand problème* : la quantité). La *résolution* exprime la netteté ou le flou de l'évaluation qui renvoie à un objet ciblé (ex. *le vrai jazz* : la netteté, *une espèce de jazz* : le flou).

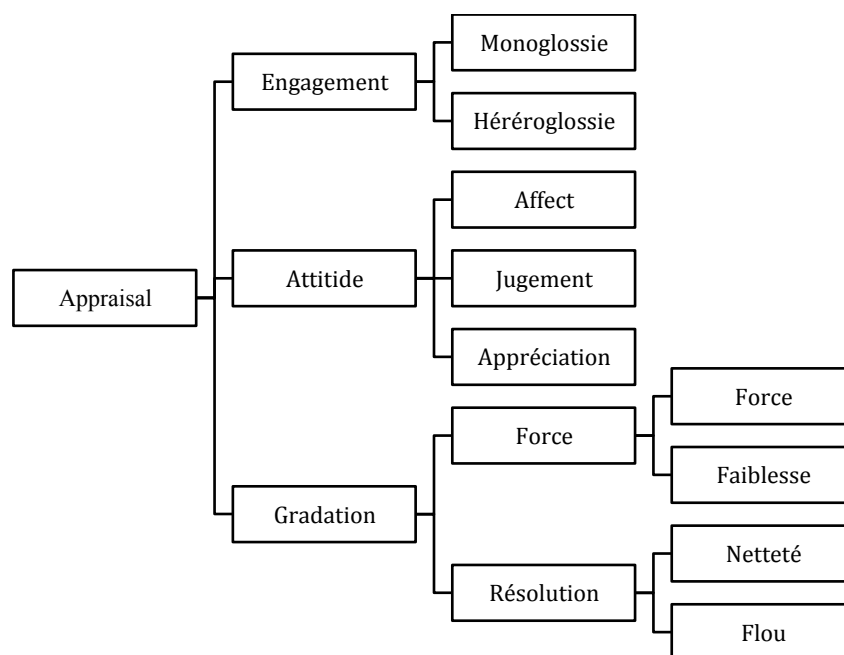


Figure 3 : Le modèle de l'*Appraisal* : vue globale

(Martin & White, 2005, p. 38)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Le modèle de l'*Appraisal* est traduit en français pas l'auteur.

Au sein des catégories du langage évaluatif indiquées dans le modèle ci-dessous, l'*attitude* est la catégorie liée directement à l'axiologie. Les phénomènes qui sont classifiés dans cette catégorie portent la valeur positive/négative associée à une cible d'évaluation. Dans notre travail sur l'axiologie, nous la considérons comme une notion fondamentale.

Comme indiqué dans la théorie de l'*Appraisal*, l'*attitude* est constituée des trois sous-catégories suivantes :

**L'affect** qui énonce les émotions en soi d'un énonciateur présentées dans une énonciation. Parmi les trois sous-catégories de l'*attitude*, il n'y a que l'*affect* qui se présente dans le discours sans imposer de normes sociales. Il se divise en trois sous-catégories selon des caractéristiques différentes :

- La catégorie du bonheur/malheur : l'ensemble des émotions référant au bonheur, au malheur ou à la tristesse (ex. *joyeux, radieux, découragé, triste*).
- La catégorie de la sécurité/insécurité : des émotions qui renvoient à la confiance et à l'inquiétude d'un énonciateur liées à son environnement (ex. *confiant, assuré, inquiet, surpris*).
- La catégorie de la satisfaction/insatisfaction : la catégorie représente l'émotion de la réussite ou la frustration liée au désir de l'énonciateur. (ex. *ennuyé, furieux, intéressant, satisfait*)

On notera que la catégorie de l'inclination/la désaffection est intégrée dans la typologie de l'*attitude*. Cette catégorie se rapporte aux émotions de l'envie ou de la crainte d'un énonciateur (ex. *manqué, peureux*).

**Le jugement** qui évalue les êtres humains et leur comportement, leurs idées, leurs faits etc. en se reposant sur l'estime et la sanction sociale. C'est la raison pour laquelle on le considère comme l'*attitude* « institutionnelle » qui juge la valeur d'une cible de l'évaluation.

- Le jugement de l'estime représente l'appréciation basée sur la valeur sociale. Il se divise en trois typologies : la normalité (Est-ce que la cible d'une évaluation est normale ?) ex. *stable, normal, imprévisible, flou*, la capacité (Comment est-elle capable ?) ex. *puissant, compétente, naïve, lente* et la ténacité (Comment persiste-t-elle ?) ex. *fiable, fidèle, faible, impatient*).
- Le jugement de la sanction, plus strict que le jugement de l'estime, s'attache à la véracité et à l'éthique. La vérité se concentre sur l'honnêteté de la cible d'une



évaluation (ex. *franc, discret, malhonnête, faux*). Quant à l'éthique, elle se focalise sur la valeur liée à la responsabilité civile et religieuse (ex. *bien, poli, immoral, corrompu*). Comme le souligne Martin et White :

« Social sanction » is (...) about how to behave as surveilled by church and state\* with penalties and punishments as levers against those not complying with the code. (2005, p. 52)

**L'appréciation** qui exprime les attitudes personnelles d'un énonciateur vers une cible. Cette catégorie se compose de trois sous-catégories :

- La réaction qui engage l'affection d'un énonciateur vers un objet (ex. *aimable, remarquable, magnifique, beau, peu animé, monotone, mauvais, laid*).
- La composition qui se rapporte à la perception de l'ordre (ex. *équilibre, logique, simple, précis, obscur, contradictoire*).
- La valorisation concernant la cognition d'un énonciateur jugeant la cible. (ex. *original, exceptionnel, authentique, inutile, sans valeur*). Bien que la valorisation ressemble beaucoup à la catégorie du *jugement*, la différence entre les deux est que la valorisation porte sur l'attitude personnelle liée à une valeur sociale tandis que le *jugement* prend directement une valeur sociale comme outil de jugement. Par exemple dans Martin & White (2005, p. 60) :

(1) *C'était un tour de batte précieux.*<sup>3</sup>(appréciation-valorisation)

(2) *Il a prouvé qu'il est un joueur précieux.*<sup>4</sup> (jugement)

L'adjectif *précieux* dans (1) appartient à la catégorie de l'appréciation-valorisation. Cet adjectif renvoie à l'attitude de l'énonciateur vers une chose (*un tour de batte*) en se basant sur une norme sociale : l'énonciateur considère personnellement qu'*un tour de batte* est précieux. Dans (2), l'adjectif *précieux* dénote le comportement d'un joueur en prenant une valeur sociale comme outil du jugement.

Voici ci-dessous la catégorie de *l'attitude* du modèle de *l'Appraisal* que nous adoptons pour notre travail.

---

<sup>3</sup> It was an invaluable innings.

<sup>4</sup> He proved an invaluable player.

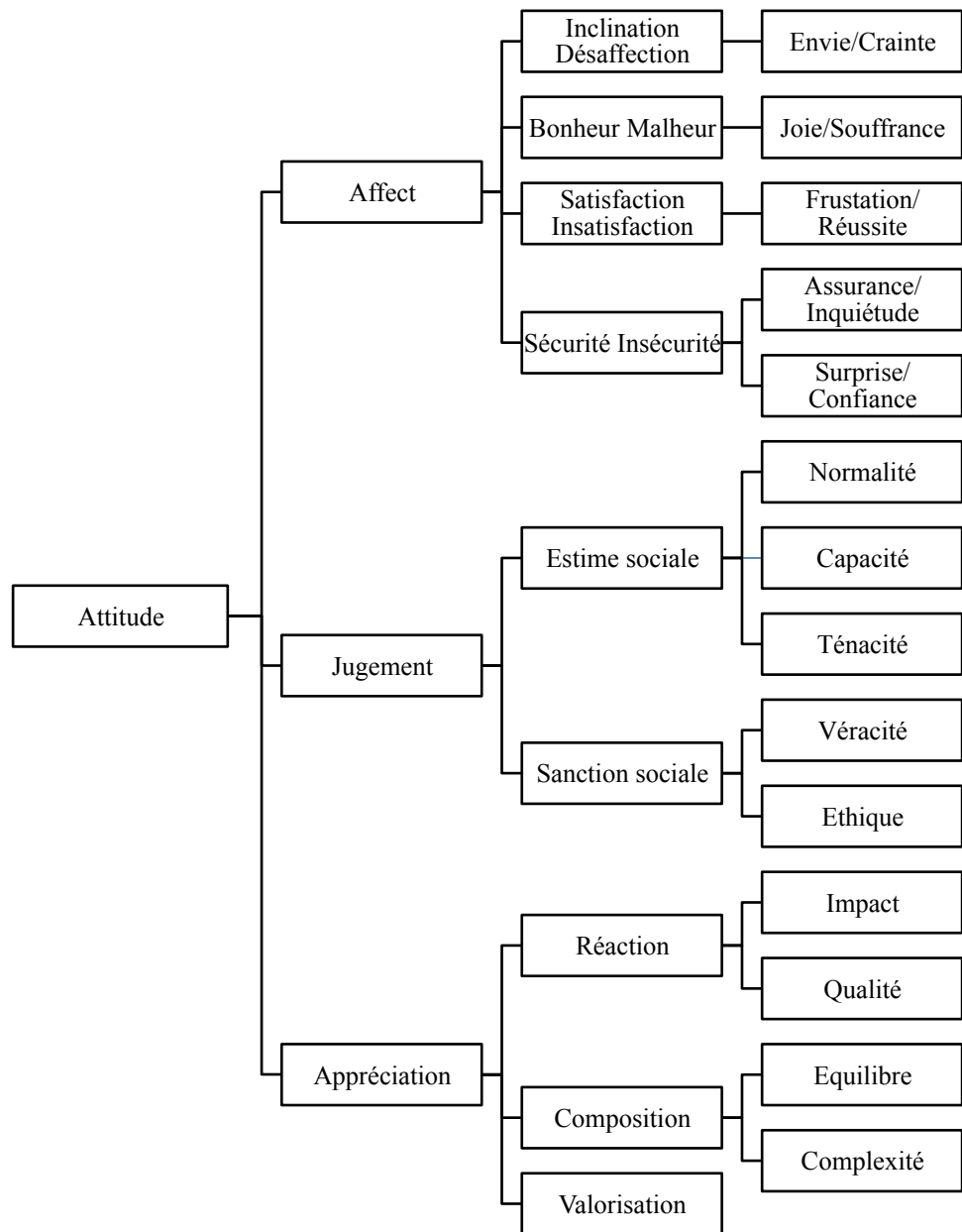


Figure 4 : Le schéma hiérarchique de l'attitude de l'Appraisal

(Martin & White, 2005)<sup>5</sup>

Il est certain que l'Appraisal associe de façon privilégiée la valeur axiologique à l'attitude. La catégorie « gradation », quant à elle, augmente ou baisse le degré de l'attitude et de l'engagement dans le discours. Comme le soulignent Martin et White:

<sup>5</sup> Le modèle est traduit en français par l'auteur.

It is a general property of values of affect, judgement and appreciation that they construe greater or lesser degrees of positively or negatively. (...) Gradability is also generally a feature of the engagement system. (2005, p. 135)

La gradation comprend deux sous-catégories : la « force » et la « résolution ». La résolution se manifeste dans le discours pour rendre l'évaluation plus ou moins **nette/floue** par rapport au prototype normal (ex. l'usage de la phrase *C'est un genre de merveille.* ou *C'est vraiment merveilleux.* au lieu de *C'est merveilleux.*). Quant à la force, elle évoque l'échelle de **la quantification** d'une cible de différentes manières:

- le nombre : ex. *quelques* problèmes, *beaucoup* de problèmes
- la quantité (présence) : ex. un *tout petit* problème, un *grand* problème
- l'extension (la proximité et l'étendue de l'objet ciblé) : ex. *récent-ancien*, *proche-loin*, *court-long*, *étroit-large*

Elle exprime également **l'intensité** de la qualité et de la procédure :

- le degré de la qualité : ex. *assez* triste, *très* triste
- le degré de la procédure (vitalité) : ex. *légèrement* dérangé, *beaucoup* dérangé

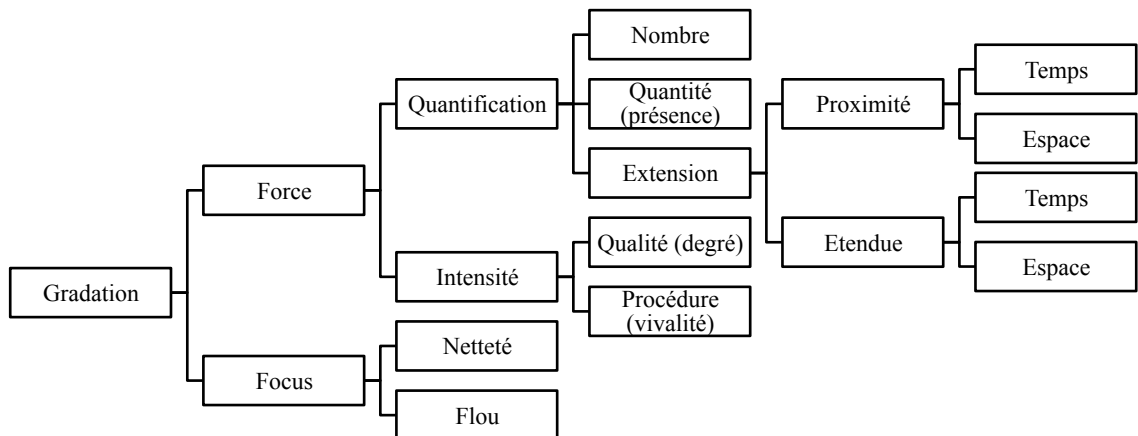


Figure 5 : Le système de réseau de la gradation de l'*Appraisal*

(Martin & White, 2005)

Il est certain que la *gradation* porte sur la catégorie de l'attitude et du jugement. Comme notre étude s'intéresse à l'axiologie qui repose sur l'attitude, nous nous intéresserons ensuite à l'échelle de gradation portant sur les unités lexicales de la catégorie de l'attitude.



On peut classer *un joueur brillant* dans le *jugement* car *brillant* renvoie au comportement d'une personne (un joueur), mais l'adjectif *brillant* est classé également dans l'*appréciation*. Par exemple dans *un match brillant*, *brillant* renvoie à l'attitude de l'énonciateur dénotant *un match*. Ainsi, reste-t-il encore quelques problèmes à discuter sur l'analyse de la typologie de l'*Appraisal*, selon Monika Bednarek (2008).

Pour régler ce problème et pour simplifier les critères compliqués, nous retournons au principe de la distinction de l'*attitude*. Martin et White (2005) expliquent que le *jugement* a pour but de juger une personne ou des comportements d'une personne alors que l'*appréciation* est utilisée pour exprimer l'appréciation ou la dépréciation envers des objets. La catégorie de l'*affect* concerne les émotions d'un énonciateur ou un sujet parlant.

#### ***D. D'autres théories de l'évaluation***

Afin de répondre à la mise à l'épreuve de l'organisation du plan émotionnel de l'*Appraisal* proposé par Martin et White (2005), Bednarek (2008) propose le modèle « Parameter-based framework » (PBF) ou **cadre basé sur les paramètres**.

Poursuivant la théorie de l'évaluation systémique fonctionnelle, Bednarek (2008) développe le PBF dans l'idée que l'évaluation exprime l'attitude du sujet parlant et qu'au moins dix dimensions différentes (les paramètres) servent à évaluer l'aspect du monde. Par ailleurs, elle insiste sur le fait qu'une expression a plusieurs paramètres. Elle appelle ce phénomène « la combinaison » (*evaluative interplay*).

Un ensemble de dix paramètres d'évaluation constitue le PBF et se divise en deux catégories principales : les paramètres évaluatifs essentiels (*core evaluative parameters*) et les paramètres évaluatifs périphériques (*peripheral evaluative parameters*).

**Les paramètres évaluatifs essentiels** concernent l'évaluation des qualités de la cible d'une évaluation : objets, situations, propos. Ces paramètres proposent une évaluation en se basant sur l'échelle de degré. Ils comprennent les paramètres suivants :

- **La compréhension** qui distingue la compréhension et l'incompréhension (ex. *clair/mystérieux*)
- **L'émotivité** qui propose une évaluation en deux axes : positif et négatif (ex. le discours *raffiné/rude*)
- **L'expectative** qui se rapporte à une évaluation se basant sur les attentes d'un énonciateur (ex. *familier/surpris, attendu/inattendu*). L'usage des conjonctions de **l'opposition** (ex. *mais, toutefois*) et des mots de **l'opposition/comparaison**

(ex. *non, rien, seulement*), est considéré comme le sous-paramètre de l'expectative

- **L'humour** qui engage l'évaluation en portant sur l'aspect plaisant ou sérieux
- **L'importance** rattache à l'aspect important ou modeste/ordinaire (ex. *considérable/légèrement*)
- **La possibilité/nécessité** qui exprime le phénomène comme étant possible/impossible ou nécessaire/inutile de se présenter (ex. *il faut/il ne faut pas, il est possible de/ il est impossible de*)
- **La fiabilité** qui se rapporte à l'authenticité/l'imitation et qui énonce le degré de la fiabilité. (ex. *vrai/artificiel, sera/serait/peut-être*)

A la différence **des paramètres évaluatifs essentiels, les paramètres évaluatifs périphériques** ne portent pas sur l'aspect qualitatif de la cible d'une évaluation ni sur l'échelle de degré évaluatif. Ils renvoient plutôt aux trois typologies principales de l'évaluation :

- **L'évidence** qui décrit l'évaluation lié à
  - le ouï-dire, l'avis et la perception (ex. [il a dit qu'il est] « menteur », « C'est bien fait » [il pense], il semble ou visiblement) ;
  - la notion générale (ex. *fameusement/discrètement*)
  - la preuve (ex. *prouver que*)
  - la non-spécificité (généralité) : *il apparaît que, signifie que*
- **Le statut mental** renvoie à l'évaluation du statut mental des autres dénoté par l'évaluateur (le locuteur)
  - la croyance/la doute (ex. *accepter/douter*)
  - l'émotion (ex. *peur, fâché*)
  - la notion (ex. *savoir, reconnaître*)
  - la conscience (ex. *éveillé, fatigué, désorienté*)
  - le processus (ex. *oublier, considérer*)
  - la volonté/l'absence de volonté (ex. *délibérément, forcément*)
- **Le style** concerne l'évaluation du locuteur pour le langage utilisé, en particulier le discours de l'énonciateur ou le discours énoncé par les autres
  - soi-même (ex. *franchement, brièvement*) ;
  - les autres (ex. *promettre, menacer*)

Par comparaison avec l'*Appraisal* de Martin et White (2005), le PBF partage le même objectif : classifier la typologie du langage évaluatif dans le discours, mais avec une perspective différente. L'*Appraisal* propose hiérarchiquement trois grandes catégories avec des sous-catégories, alors que le PBF met l'accent sur la classification du langage évaluatif selon l'interprétation interpersonnelle (*interpersonal meaning*), les paramètres se basant sur le cadre deviennent apparemment détaillés.

Parmi les dix patrons évaluatifs du PBF, quelques paramètres sont associés à l'*attitude* de Martin et White (l'émotivité, le statut mental, l'expectative et la compréhensibilité), mais quelques différences remarquables apparaissent aussi. Le PBF ne s'intéresse qu'à la dimension de l'interprétation d'une évaluation (*evaluation meaning*) sans prise en compte des objets évalués tandis que l'*attitude* de l'*Appraisal* sert à juger la valeur de la cible d'une évaluation. Par ailleurs, les catégories de l'*attitude* (l'affect, l'appréciation et le jugement) de l'*Appraisal* sont liées à la polarité positive/négative alors qu'il y a seulement le paramètre de l'émotion du PBF qui confirme cet aspect (Bednarek, 2008).

Selon nous, l'évaluation axiologique telle qu'elle est proposée, sans faire aucune référence à l'objet dénoté, n'apparaît pas opérationnelle. En effet, le lexique axiologique repose toujours sur la cible d'une évaluation et sur le contexte.

Une autre remarque sur la notion axiologique chez Bednarek est la suivante :

If something is important, comprehensible, expected or funny this is not automatically good. (2008, p. 11)

Il est vrai que les choses *importantes*, *compréhensibles*, *assurées* ou bien *amusantes*, sémantiquement, ne renvoient pas directement à la polarité positive. Mais dans un énoncé et en contexte, le locuteur communique discrètement souvent un indice positif. Par exemple, dans *La situation est claire et nette*. C'est-à-dire que cette situation n'est pas obscure : c'est facile à comprendre. Alors, nous pouvons dire que l'adjectif *claire* énonce une valeur positive.

Nous considérons donc le PBF comme un modèle qui sert à approfondir la notion de l'interprétation de l'évaluation qui définit la caractéristique évaluative de chaque paramètre. Mais, afin de mener l'étude consacrée à l'axiologie qui lie directement à la valeur positive ou négative portant sur une cible de l'évaluation, nous préférons le modèle de l'*Appraisal*.

D'autres auteurs, comme Thompson & Hunston (2002), proposent quatre paramètres de l'évaluation axiologique : le paramètre bon-mauvais/positif-négatif, le paramètre de la certitude, le paramètre de l'attente/évidence, et le paramètre de la pertinence/de l'importance. Ils notent aussi que les trois derniers paramètres peuvent être réduits en seulement un paramètre dit « bon/mauvais ». Ce propos est ensuite critiqué par Bednarek (2008, p. 11).

La théorie de l'*Appraisal* de Martin et White (2005) ressemble aux paramètres de Thompson et Hunston en ce qui concerne la confirmation de la valeur axiologique du langage évaluatif : les quatre paramètres et les catégories de l'*attitude* de l'*Appraisal*. La différence entre ces modèles porte sur la perspective de classification des phénomènes différents en typologies appropriées. Martin et White catégorisent des cibles d'une évaluation dans l'*affect* reposant sur les émotions d'un être humain, dans le *jugement* évaluant le comportement, le fait ou la pensée de l'être humain, et dans l'*appréciation* portant sur les objets. Quant aux paramètres de Thompson et Hunston (2000), il n'existe aucune distinction similaire.

### ***E. Conclusion***

Comme notre étude cherche d'abord à mettre en évidence les adjectifs axiologiques intégrant le discours touristique, nous pensons que la définition du phénomène axiologique chez Kerbrat-Orecchioni (1999) et chez Vernier (2011) nous permet d'aborder la notion de base de ce domaine d'étude.

Selon la théorie du subjectivème de Kerbrat-Orecchioni les unités lexicales sont classées dans la catégorie objective et subjective. La dernière est composée de deux sous-catégories : l'une, « les subjectivèmes affectifs » qui énoncent l'émotion de l'énonciateur vis-à-vis d'un objet, l'autre, « les subjectivèmes évaluatifs » qui expriment l'évaluation d'un objet ciblé faite par l'énonciateur. Cette dernière catégorie est directement liée au phénomène axiologique considéré comme l'objet principal de notre travail.

Dans la continuité de la distinction de l'axiologie chez Kerbrat-Orecchioni (1999), Vernier (2011) propose un modèle permettant de classer le lexique axiologique. Au lieu de le partager seulement en axe positif ou négatif, Vernier y ajoute les valeurs ambiguë et neutre. Nous considérons que cette taxonomie est plus fine et plus pertinente pour analyser le phénomène axiologique se manifestant dans le discours. Par ailleurs, à côté du modèle informatif du langage évaluatif (Vernier, 2011), le *Lexique de l'évaluation* auprès le



corpus *Blogoscopie* est contribué. Ceci est considéré comme première ressource francophone du lexique et des expressions évaluatives. Ainsi, nous l'employons comme référence pour analyser les adjectifs axiologiques.

Une autre théorie de l'évaluation qui met l'accent sur la valeur axiologique est celle des paramètres de Thompson et Hunston (2000). Selon Thompson et Hunston, les paramètres catégorisant la caractéristique de l'évaluation – tels que le paramètre de la certitude, le paramètre de l'attente/évidence et le paramètre de la pertinence/de l'importance – se réduisent en un seul paramètre : le paramètre bon-mauvais (positif-négatif). Selon nous, cette intégration diminue sémantiquement le vouloir-dire de l'énonciateur.

Le modèle PBF de Bednarek (2008) cherche à catégoriser les phénomènes du langage évaluatif au niveau discursif. Ainsi, ils ne correspondent pas directement à l'analyse des adjectifs axiologiques puisqu'il s'agit du niveau sémantique lexical.

En effet, l'objectif de notre étude est principalement de catégoriser sémantiquement des adjectifs axiologiques, le modèle ou les critères d'analyse doivent être appropriés à cette attente. D'après nous, le modèle hiérarchique proposé par Martin et White (2005) apparaît le plus pertinent. Nous trouvons quelques avantages pour l'étude du phénomène axiologique. D'une part, cette théorie confirme la valeur axiologique des termes résidant dans la catégorie de l'*attitude*, il répond ainsi à notre objectif de recherche. D'autre part, cette théorie permet de catégoriser des adjectifs axiologiques dans une typologie assez fine et largement utilisée. En outre, cette théorie ne s'intéresse pas seulement au sens évaluatif en lui-même, mais aussi à la cible d'une évaluation qui est considérée comme un autre ciblage de notre travail.

En continuant quelques explications sur les théories concernant la notion de l'axiologie, nous approfondissons dans la partie suivante la question des adjectifs axiologiques, l'objet d'étude de notre travail.

### ***III. Les adjectifs axiologiques***

Les marqueurs axiologiques existant dans le discours s'expriment sous des formes différentes : les marqueurs lexicaux, les suffixes et les figures de style (Vernier, 2011). Notre étude se focalise seulement sur l'aspect sémantique des adjectifs : il s'agit de la classification des adjectifs axiologiques du discours touristique.

## ***A. Définition***

En appliquant la définition de l'axiologie précédente, nous définissons l'adjectif axiologique comme l'adjectif qui porte une valeur positive ou négative et qui est utilisé dans un énoncé par un énonciateur pour juger la valeur d'un ciblage (ex. *magnifique, délicieux, désagréable, triste*). Kerbrat-Orecchioni (1999) et Pupier (1998) affirment la dualité de l'axiologie (positif-négatif ou favorable-défavorable) qui est constituée d'une évaluation d'un énonciateur. Toutefois, il est possible qu'un adjectif « considéré » comme axiologique, selon Vernier (2011), possède une caractéristique ambiguë ou neutre tels que *ancien-nouveau, critique, fou* etc. Hors contexte, ces adjectifs deviennent difficiles à être analysés ou classés.

Donc, nous redéfinissons l'adjectif axiologique de la façon suivante : un adjectif axiologique porte une valeur positive/négative/ambiguë et est utilisé dans un énoncé par un énonciateur pour juger la valeur d'une cible.

## ***B. La classification des adjectifs axiologiques***

Comme notre étude se focalise sur les adjectifs axiologiques au niveau sémantique lexical, nous les classons selon plusieurs critères : le degré et l'axe des adjectifs axiologiques et la catégorie sémantique à laquelle les adjectifs appartiennent.

**Le degré et l'axe des adjectifs axiologiques** se rapportent à l'autonomie de la valeur axiologique de l'adjectif : l'adjectif est-il intrinsèquement axiologique ou seulement axiologique en contexte ? Par exemple, *beau/laid* sont considérés comme adjectifs axiologiques en soi car ils ont toujours une valeur axiologique. Les adjectifs *moderne* et *simple* ne présentent pas intrinsèquement une valeur axiologique mais ils deviennent souvent axiologiques en contexte. Par exemple :

Cet hôtel de centre-ville n'a aucun charme, mais il est *moderne* et très confortable...une étape tout à fait correcte. (Le Diraison, 2011, p. 226)

L'adjectif *moderne* ne possède pas une valeur intrinsèquement axiologique ; toutefois, il est possible que la valeur axiologique se déduise grâce au contexte. Dans l'exemple, la conjonction *mais* indique une opposition entre ce qui précède et ce qui suit. En effet, le groupe nominal *aucun charme* se réfère à une valeur négative, alors le segment de phrase *moderne et très confortable* placé après *mais* porte une valeur positive.

Cela confirme la valeur axiologique de l'adjectif *moderne* qui est considéré comme un adjectif évaluatif de la sous-catégorie « favorable » selon le *Lexique de l'évaluation* à partir du corpus *Blogoscopie*. De la même manière que l'adjectif *moderne*, l'adjectif *simple* se présente également comme adjectif en contexte.

Hôtel de centre-ville, très *simple* et un peu vieillot mais bon rapport qualité/prix. (Le Diraison, 2011, p. 226)

Normalement, l'adjectif *simple* ne porte pas une valeur axiologique mais une « nuance » négative, ceci est confirmé grâce à la conjonction *mais* dans le contexte précédent. Dans l'exemple, un passage positif *bon rapport qualité/prix* se situe après *mais*. Ainsi, nous considérons que le passage qui précède cette conjonction doit être positif.

Contrairement à cet exemple, dans le *Lexique de l'évaluation*, l'adjectif *simple* appartient à la sous-catégorie « favorable ». Il est donc possible de dire que l'adjectif *simple* ait une valeur axiologique ambiguë. Afin de le classer correctement dans des catégories correspondant au sens exact, l'annotation de ceci est attendue.

**La catégorie des adjectifs axiologiques** présente des caractéristiques communes avec les adjectifs axiologiques. Comme nous reprenons la typologie de l'*attitude* de la théorie de l'*Appraisal* de Martin et White comme critère d'analyse, les adjectifs axiologiques dans notre corpus seront classés en trois catégories : l'affect, le jugement et l'appréciation.

La première catégorie de l'attitude s'appelle « **affectif** » ; elle se réfère à l'axe positif et négatif de l'émotion de ce qui produit un discours vers la cible d'une évaluation. Par exemple *heureux, triste*, etc.

La deuxième catégorie, le « **jugement** », correspond à l'évaluation d'une personne, du comportement, du fait reposant sur des normes sociales. Par exemple *bon élève, agence sérieuse, vrai antiquité*, etc.

La troisième catégorie, l'« **appréciation** » concerne l'évaluation de la cible. Martin et White ajoutent aussi que *le jugement et l'appréciation* sont traités comme « l'effet institutionnel » (2005, p. 45) parce que l'énonciateur utilise des « estimes sociales et les sanctions sociales » comme outil pour juger la cible d'une évaluation. (2005, p. 52). Par exemple *sympathique, précieux, capable*, etc.

## **C. Conclusion**

### **(i) Synthèse des travaux sur l'adjectif axiologique**

Il est évident que la théorie de la modalité de Charaudeau (1992) ou la classification des adjectifs selon Kerbrat-Orecchioni sont beaucoup adoptées dans le monde francophone pour une étude discursive. Cependant, ces théories apparaissent insuffisamment détaillées pour classer et analyser de façon fine les adjectifs axiologiques dans le corpus qui non seulement renseignent les lecteurs et donnent des opinions sur de tels sujets, mais décrivent également des lieux, des objets, une ambiance, la culture, les peuples, etc.

Pour parvenir à l'objectif principal de notre étude qui est de trouver les adjectifs axiologiques et les trier de façon appropriée, il est indispensable d'utiliser un modèle d'analyse qui permet de classer efficacement les adjectifs en polarité positive et négative. Ainsi, nous adoptons la catégorie de l'*attitude* de l'*Appraisal* (Martin & White, 2005) qui définit de façon détaillée les caractéristiques de chaque sous-catégorie et confirme la dualité axiologique des termes résidant dans la catégorie d'*attitude* et ses trois sous-catégories : l'affect, le jugement, l'appréciation.

En ce qui concerne le degré et l'axe des adjectifs, nous adoptons la notion de l'axiologie proposée par Vernier (2011) qui considère la valeur ambiguë à notre étude.

### **(ii) Modèle opératoire et positionnement de notre travail**

Parmi les modèles opératoires proposés dans les travaux comme les précédents (II. B-D), nous adoptons le modèle hiérarchique de Martin et White (2005), plus spécifiquement la catégorie de l'*attitude*, comme modèle principal d'analyse de notre corpus, puisque ce modèle confirme la valeur axiologique des termes résidant dans la catégorie de l'*attitude*. Comme le soulignent Martin et White:

« Affect is concerned with registering positive and negative feeling (...). Judgement deals with attitudes towards behavior, which we admire or criticise, praise or condemn (...). Appreciation involves evaluations of semiotic and natural phenomena, according to the way in which they are valued or not in a given field. (...) » (2005, pp. 42-43).

De plus, ce modèle rend aussi compte de l'objet dénoté qui devient aussi un objet d'étude de notre travail. D'après nous, pour obtenir des résultats d'analyse appropriés à notre objectif de travail, il vaut mieux analyser la cible d'étude en consultant le contexte

auquel appartient la cible d'une évaluation. En effet, de nombreux adjectifs portent la valeur ambiguë ; la polarité de ces adjectifs dépend donc du contexte et du vouloir-dire de l'énonciateur. Martin et White (2005) notent que l'interprétation d'attitude d'une unité lexicale utilisée dans le contexte varie souvent selon le contexte dans lequel elle apparaît. C'est la raison pour laquelle nous trions, classons et analysons les adjectifs axiologiques en consultant la cible d'une évaluation ainsi que leur contexte.

Dans la partie analyse, nous prendrons d'abord les caractéristiques de l'axiologie (positive, négative et ambiguë) proposées par Vernier pour identifier la polarité des adjectifs axiologiques dans notre corpus. Nous classerons les adjectifs selon leur degré axiologique : les adjectifs intrinsèquement axiologiques ou les adjectifs axiologiques en contexte. Ensuite, en ce qui concerne les catégories des adjectifs axiologiques, nous reprenons la catégorie de l'*attitude* de l'*Appraisal* de Martin et White (2005) comme outil d'analyse sémantique.

Martin et White (2005) soulignent qu'un texte est constitué de plusieurs points de vue influencés par des normes sociales. L'axiologie se rapporte alors à l'évaluation constituant une énonciation. D'après Martin et White (2005), cela concerne l'analyse discursive au niveau textuel. Au niveau lexical, les termes résidant dans l'*attitude* permettent aux énonciateurs de donner la valeur axiologique à une cible d'évaluation. Cette catégorie comprend trois sous-catégories qui concernent l'émotion, l'éthique et l'esthétique.

Dans le chapitre suivant, nous présenterons le résultat de notre étude qui comprend l'analyse statistique des adjectifs axiologiques intégrés dans les ouvrages touristiques et l'analyse qualitative sur ce même thème.

**Partie 3**

-

**Résultats**

## **Chapitre 3 – Les adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande**

Ce chapitre a pour objectif d'étudier des adjectifs axiologiques dans le discours touristique qui est un discours du stéréotype culturel et professionnel. Ce chapitre se compose de trois parties. La première partie présente un repérage global de notre corpus contenant quatre ouvrages. Il s'agit d'analyser la taille du corpus ainsi que les résultats statistiques, par exemple, le nombre d'adjectifs qui deviennent l'objet de notre étude et leur fréquence. Il concerne également la comparaison entre les sources de notre corpus. La partie suivante montre l'extraction des adjectifs axiologiques et la classification de ceux-ci en polarités et en catégories.

Comme nous avons l'intention de développer une ressource lexicale des adjectifs axiologiques intégrés particulièrement dans le discours touristique, la troisième partie de ce chapitre proposera donc une ressource lexicale des adjectifs axiologiques les plus fréquemment utilisés dans les écrits touristiques ainsi qu'une annotation de ceux-ci.

Les méthodes que nous utiliserons pour notre étude s'appuient sur des hypothèses sémantiques, des outils du traitement automatique des langues (TAL) et l'analyse du corpus. Il faut souligner que nous limitons notre étude linguistique de l'analyse du discours touristique à la dimension sémantique lexicale. Bien que les logotypes ou les signes iconiques indiquent également le jugement axiologique (ex. *le symbole* « \*\*\* » signifiant que le site conseillé est incontournable ou la formule « à voir » invitant à visiter un lieu particulier), nous ne nous concentrons pas sur ces traits de jugement.

Nous commencerons par le repérage global en mettant en évidence le résultat statistique du corpus.

### ***I. Le repérage et le résultat statistique***

#### ***A. La présentation du résultat statistique du corpus***

Pour répondre à la première problématique de notre travail : « Dans les textes ayant pour objectif d'informer et de donner des conseils aux lecteurs-touristes, quels sont les adjectifs axiologiques les plus fréquents? Sont-ils des adjectifs intrinsèquement axiologiques ? ». Nous commençons par l'extraction des adjectifs du corpus.

Tout d'abord, nous reprenons notre corpus comprenant quatre livres touristiques à propos de la Thaïlande en utilisant la plate-forme *AnaText*<sup>7</sup> développée par Olivier Kraif<sup>8</sup> (2012) pour obtenir les résultats statistiques globaux de chaque corpus ci-dessous.

Corpus	Nombre de mots	Nombre d'adjectifs lemmatisés	Fréquence absolue des adjectifs	Fréquence relative des adjectifs
<i>Les liens qui unissent les Thaïs</i> (T1)	32 879	560	2 051	6,24%
<i>Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande</i> (T2)	67 531	1 136	5 036	7,46%
<i>Guide Évasion Thaïlande</i> (T3)	127 570	1 619	9 370	7,34%
<i>Le Petit Futé Thaïlande</i> (T4)	204 566	1 709	15 154	7,41%

Tableau 1 : La taille de corpus et le nombre des adjectifs

Le livre qui possède le plus grand nombre de mots est le T4 qui compte 204 566 formes tandis que le T1 contient le plus petit nombre de mot : 32 879 formes. Le T2 est le corpus qui contient le plus grand nombre d'adjectifs par rapport au nombre total de mots dans le corpus (7,46%). Pourtant, nous constatons que la fréquence relative des adjectifs dans chaque livre varie légèrement : de 6,26% à 7,46 %.

---

<sup>7</sup> La plate-forme AnaText est disponible gratuitement en ligne (<http://olivier.kraif.u-grenoble3.fr/anaText/>). Elle est utilisée pour analyser le texte français avec *Tree Tagger* et permet de compter des phrases, des mots, des syllabes, d'extraire et de trier des fréquences des lemmes et des formes du nom, du verbe, de l'adjectif etc.

<sup>8</sup> Maître de conférences en informatique à l'université Stendhal Grenoble 3



## B. La fréquence des adjectifs

A partir de l'outil *AnaText*, qui nous permet d'extraire les adjectifs lemmatisés intégrés dans notre corpus, le résultat de départ montre que les corpus T1, T2, T3 et T4 contiennent respectivement 560, 1 136, 1 619 et 1 709 adjectifs. Parmi les quatre ouvrages, le T4 possède la plus grande variété d'adjectifs, contrairement au T2 qui comprend les adjectifs les moins variés.

Compte tenu de l'observation précédente, un calcul de la fréquence relative des adjectifs est effectué. Le résultat montre les adjectifs les plus fréquents dans notre corpus : *petit, grand, bon, nombreux, autre, beau, différent, thaïlandais, royal*. Nous constatons que, parmi ceux-ci, deux adjectifs axiologiques sont présents : *bon* et *beau*. La fréquence relative de l'adjectif *bon* représente 0,15% de l'ensemble de notre corpus (432 546 mots) alors que la fréquence relative de *beau* est de 0,10%. Selon le tableau de vingt adjectifs les plus fréquents dans notre corpus ci-dessous, nous pouvons répondre à une question préliminaire : quels sont les adjectifs les plus fréquemment utilisés de chaque corpus ? (cf. l'annexe 1<sup>9</sup> pour la liste complète)

	T1		T2		T3		T4	
		FQR		FQR		FQR		FQR
1	autre	0,26%	nombreux	0,19%	grand	0,20%	petit	0,24%
2	royal	0,15%	thaïlandais	0,16%	petit	0,20%	grand	0,21%
3	différent	0,14%	autre	0,16%	<u>bon</u>	0,17%	<u>bon</u>	0,20%
4	nombreux	0,13%	petit	0,15%	nombreux	0,12%	autre	0,16%
5	petit	0,12%	grand	0,15%	<u>beau</u>	0,11%	<u>beau</u>	0,13%
6	grand	0,11%	principal	0,13%	autre	0,11%	nombreux	0,10%
7	populaire	0,11%	blanc	0,11%	<u>ancien</u>	0,10%	thaïlandais	0,10%
8	national	0,09%	<u>nouveau</u>	0,10%	touristique	0,08%	<u>possible</u>	0,09%
9	conséquent	0,09%	noir	0,09%	national	0,08%	local	0,08%
10	traditionnel	0,09%	important	0,09%	royal	0,07%	haut	0,08%
11	même	0,09%	rouge	0,08%	chinois	0,07%	français	0,07%
12	blanc	0,08%	général	0,08%	payant	0,06%	différent	0,07%
13	<u>nouveau</u>	0,08%	jeune	0,08%	même	0,06%	<u>agréable</u>	0,07%

<sup>9</sup> La liste des adjectifs intégrés dans notre corpus de quatre ouvrages touristiques

14	vert	0,08%	dernier	0,08%	local	0,06%	traditionnel	0,07%
15	rouge	0,08%	traditionnel	0,07%	<u>nouveau</u>	0,06%	même	0,07%
16	<u>bon</u>	0,07%	longue	0,06%	traditionnel	0,06%	bas	0,07%
17	bouddhiste	0,07%	même	0,06%	khmer	0,06%	touristique	0,06%
18	bénite	0,06%	royal	0,06%	principal	0,06%	national	0,05%
19	<u>propice</u>	0,06%	religieux	0,06%	<u>excellent</u>	0,05%	international	0,05%
20	anglais	0,06%	national	0,06%	français	0,05%	<u>ancien</u>	0,05%
21	...							

\*FQR: la fréquence relative

\*\* Les adjectifs soulignés sont soit les adjectifs intrinsèquement axiologiques soit les adjectifs axiologiques dans le contexte.

Tableau 2 : L'exemple des adjectifs les plus fréquents

L'observation de la fréquence relative des adjectifs vise aussi à filtrer les adjectifs peu fréquents. Nous ne sélectionnons que les adjectifs représentant à partir de 0,01% de chaque ouvrage pour notre analyse de l'étape suivante : l'extraction des adjectifs axiologiques. Après une observation de la fréquence, nous trouvons respectivement, 265, 273, 277 et 258 adjectifs cibles dans le T1, le T2, le T3, le T4.

Comme notre première problématique porte aussi sur les adjectifs axiologiques les plus fréquents, nous bénéficierons du résultat de l'étape précédente pour alimenter l'extraction des adjectifs axiologiques.

## ***II. Les adjectifs axiologiques***

### ***A. Les adjectifs axiologiques : le degré et la polarité***

On sait que l'axiologie se compose principalement de deux axes, positif et négatif. En outre, en s'appuyant sur un repérage global, nous constatons également deux degrés principaux des adjectifs:

- les adjectifs qui expriment une valeur positive ou négative, on les appelle « adjectif intrinsèquement axiologique ou adjectif axiologique hors contexte ».
- les adjectifs qui ne possèdent pas par eux-mêmes une valeur axiologique, on les appelle « adjectif axiologique en contexte ».

En fait, les adjectifs appartenant aux deux axes sont également repérés, on les appelle « adjectif ambigu ».

Dans le discours touristique, les adjectifs de polarité positive occupent bien entendu une plus grande proportion que les adjectifs négatifs. Jean-Paul Dufiet (2007) note, dans un article de colloque international<sup>10</sup>, que le guide touristique respecte la loi de positivité.

Au plan discursif, le guide touristique établit avec son destinataire un contrat de communication qui repose sur une loi de positivité, puisqu'il dit exclusivement du bien du lieu à visiter. (2007)

Toutefois, l'aspect négatif est également présent dans ce genre discursif puisque, pour répondre à l'attente des lecteurs-touristes, le guide touristique a l'intention d'exprimer les différentes dimensions sur la géographie, l'histoire, la politique, la société, l'économie, etc. Il est évident que le discours touristique propose plus souvent l'aspect positif que l'aspect négatif d'une cible. Pour parler de l'aspect négatif, l'auteur cherche ainsi une façon variée pour l'exprimer par exemple l'usage du style figuratif, des marques de la négation (*ne...pas, ne...guère, pas...*) ou d'unités lexicales (*peu..., moins...*), comme le montrent les quelques exemples ci-dessous :

Le climat *ne* favorisant *guère* la bonne conservation du vin, il est sage d'éviter les grands crus. (Le Diraison, 2011, p. 38)

Selon l'exemple, cela veut aussi dire que *le climat favorise la mauvaise conservation du vin*. L'auteur remplace l'adjectif axiologique négatif *mauvaise* par une structure syntaxique négative *ne...guère* à côté de l'adjectif axiologique positif *bonne*. C'est la raison pour laquelle les adjectifs négatifs sont finalement assez rares dans le discours touristique.

Éviter par contre le restaurant cher et à la cuisine *peu* raffinée pour le prix. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 153)

Attention, l'évolution de la marée joue sur l'intérêt de la visite: plus le niveau de l'eau est bas et plus les chenaux de circulation sont étroits, ce qui écourte l'excursion et la rend *moins* intéressante. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 422)

Il interdit les bols en matières précieuses ou *pas* pratiques, telles que l'or, l'argent, l'étain, le plomb, le cuivre, le bronze, le verre et le bois. (Senawong, 2007, p. 23)

---

<sup>10</sup> Le colloque international intitulé « Les enjeux de la communication interculturelle : compétence linguistique, compétence pragmatique, valeurs culturelles », organisé par le Département de Sciences du Langage de l'Université Paul-Valéry Montpellier 3 et le Department of European Languages, Macquarie University, Sydney, du 5 au 7 juillet 2007 à Montpellier

Ces exemples illustrent l'emploi des unités lexicales *peu*, *moins* et *pas* pour parler de l'aspect négatif d'un énonciateur via les adjectifs axiologiques positifs *raffinée*, *intéressantes* et *pratiques*. Cela correspond à la loi de la positivité du discours touristique et explique pourquoi les adjectifs négatifs sont rarement présents dans ce genre de discours.

Afin d'extraire les adjectifs axiologiques de l'ensemble des adjectifs obtenu dans l'étape précédente, nous constituons d'abord un critère de filtrage. Notre critère repose tout d'abord sur le lexique évaluatif de 4 000 mots s'appuyant sur le corpus *Blogoscopie* qui est constitué des opinions des internautes francophones présentées par le biais d'une plateforme de blogs exprimant des thèmes culturels variés.

De surcroît, comme notre corpus s'intègre plutôt dans le discours touristique, nous supposons pouvoir trouver des adjectifs axiologiques qui n'apparaissent pas dans le *Lexique de l'évaluation*. Ces adjectifs deviendraient malgré tout une ressource d'adjectifs axiologiques du discours « touristique ». Ainsi, utilisons-nous le test sémantique *trouver* et *considérer* (Tutin, 2010) que nous appliquons aux adjectifs classiquement axiologiques *bon*, *beau*, *bien* pour élargir notre critère du filtrage. Par exemple *On trouve ce repas savoureux*, ou *Cet hôtel est considéré comme modeste*.

Cependant, le test sémantique précédent est utilisé pour identifier seulement le lexique évaluatif ; pour vérifier la valeur axiologique nous prenons les adjectifs *bon/beau/bien* ou *mauvais/laid/mal* comme deuxième test. Nous posons ensuite une question « Est-ce que ce repas qui est *savoureux* est *bon/beau/bien* ou *mauvais/laid/mal* ? ». Nous supposons que si cette question appelle une réponse positive ou négative, alors l'adjectif *savoureux* possède une valeur axiologique. Toutefois, pour conforter cette hypothèse, un autre modèle d'analyse qui permet de vérifier la valeur axiologique sera pris en compte (cf. **B.**, la désambiguïsation et la typologie).

A part les adjectifs intrinsèquement axiologiques, nous tentons de relever des adjectifs ambigus dont nous ne pouvons pas juger de la polarité hors contexte. Bien évidemment, à cette étape de l'observation, nous ne montrons que la liste des adjectifs ambigus sans tenir compte de l'identification de la polarité (cf. **B. (iii)** pour la désambiguïsation des adjectifs).

Force est de constater que nous trouvons aussi des adjectifs pouvant avoir une acception axiologique tels que *actif*, *calme*, *chaud*, *complexe*, *grave*, *juste*, *léger*, *lisse*, *strict*, *vieux* ; ils ne portent pas une valeur axiologique hors contexte et ils possèdent

parfois un sens polysémique. Voici, un exemple de l'adjectif *juste* dans un contexte particulier :

(1) Si on vous réclame 200 B pour une marchandise, en proposer 80 permet de l'obtenir pour 120 B, ce qui correspond au *juste* prix pour un étranger...(Auzias & Labourdette, 2011, p. 501)

(2) Cet équilibre subtil, la «Voie du *Juste* Milieu », passe par le respect de huit principes: *juste* compréhension, *juste* réflexion, *juste* discours, *juste* comportement etc. (...) (Le Diraison, 2011, p. 49)

Nous constatons que *juste* dans *au juste prix* (1) possède une valeur axiologique tandis que ceux dans (2) n'exprime pas vraiment une valeur axiologique ; il est plutôt lié à la sémantique du nom.

Face à cette situation, nous classons des adjectifs pouvant avoir une acception axiologique, comme adjectifs axiologiques « en » contexte. En fait, nous introduisons ceux-ci dans la polarité prévue, soit positive soit négative. Quant aux adjectifs axiologiques contenant les deux polarités, nous les identifions aux adjectifs ambigus. Nous proposerons une analyse précise des adjectifs axiologiques en contexte et des adjectifs ambigus dans l'étape d'annotation.

Adjectifs intrinsèquement axiologiques		Adjectifs ambigus
Polarité positive	Polarité négative	
abordable, acceptable, accessible, accueillant, actif*, agréable, amusant, appétissant*, attirant*, attractif, authentique, avantageux*, beau, bénéfique, bon, brillant*, calme*, capable, célèbre, charmant, chic, clair*, commode*, confortable, convivial*, correct, délicieux, doux, effectif*,	chaud, cher, dangereux, difficile, dur, faible, faux*, froid, grave, illégal, impoli, impossible, inutile, lent, lourd, mauvais, moyen, négatif, nul, pauvre, sensible, sombre, toxique, violent (24)	ancien*, complexe, délicat, exotique*, étonnant, impressionnant, libre, moderne, mou*, neuf, nouveau, puissant, simple*, souple* vieux, (15)

<p>efficace, élégant*,  étincelant*, excellent,  exceptionnel, exquis*,  facile, fameux, favorable,  favori, fiable, fidèle, fin,  fort*, frais*, gai,  gracieux*, heureux, idéal,  impeccable, intéressant,  joli, joyeux, juste, léger,  lisse, luxueux*, magique,  magnifique, meilleur,  mobile, modeste, naturel*,  noble, original, paisible*,  poli*, possible, pratique,  précieux*, préférable,  prestigieux, propice*,  propre*, pur*, raffiné,  raisonnable*, rapide,  remarquable, reposant,  responsable, riche,  romantique, savoureux,  solide, spécial,  spectaculaire, spacieux*,  splendide, strict, subtil,  superbe, sympathique,  tendre, tranquille*,  typique*, unique, utile,  vrai (98)</p>		
--	--	--

\* le mot considéré comme un adjectif axiologique par l'auteur en consultant les tests sémantiques

Tableau 3 : La liste des adjectifs selon le degré axiologique et la polarité

## Résultat :

Pour répondre à la question : « quels sont les adjectifs les plus fréquemment utilisés de chaque corpus ? Sont-ils des adjectifs intrinsèquement axiologiques ? », nous filtrons 235, 273, 277 et 258 adjectifs les plus fréquemment utilisés dans le T1, le T2, le T3 et le T4. Nous présentons d'une part, les adjectifs positifs/négatifs hors contexte, d'autre part les adjectifs qui prennent la valeur positive/négative en contexte.

D'après le *Lexique de l'évaluation* développé à partir du projet *Blogoscopie*, le résultat présente 122 adjectifs intrinsèquement axiologiques dont 98 sont positifs et 24 résident dans la polarité négative (Tableau 3). En dehors de la ressource du *Lexique de l'évaluation*, nous repérons 34 adjectifs axiologiques de plus grâce aux tests sémantiques et à une vérification basée sur la catégorie de l'*attitude* de l'*Appraisal* (Martin et White, 2005), par exemple : *brillant, élégant, propice, insolite*, etc.

A partir de 137 adjectifs axiologiques retenus (Tableau 3), la plupart des adjectifs axiologiques s'inscrivent dans la polarité positive (98 adjectifs) qui représente la plus grande proportion (71,53%). Cela confirme une loi de positivité entre l'énonciateur et le destinataire du guide touristique comme le note Jean-Paul Dufiet (2007). Le résultat montre aussi que les adjectifs axiologiques négatifs représentent 17,52% tandis que les adjectifs ambigus sont moins nombreux (10,95%) : *ancien, complexe, délicat, exotique, étonnant, impressionnant, libre, moderne, mou, neuf, nouveau, puissant, simple, souple, vieux*. Il est évident que nous ne pourrions pas juger leur polarité dans cette étape de l'étude (cf. figure 7 pour la proportion des adjectifs axiologiques classés selon la polarité).

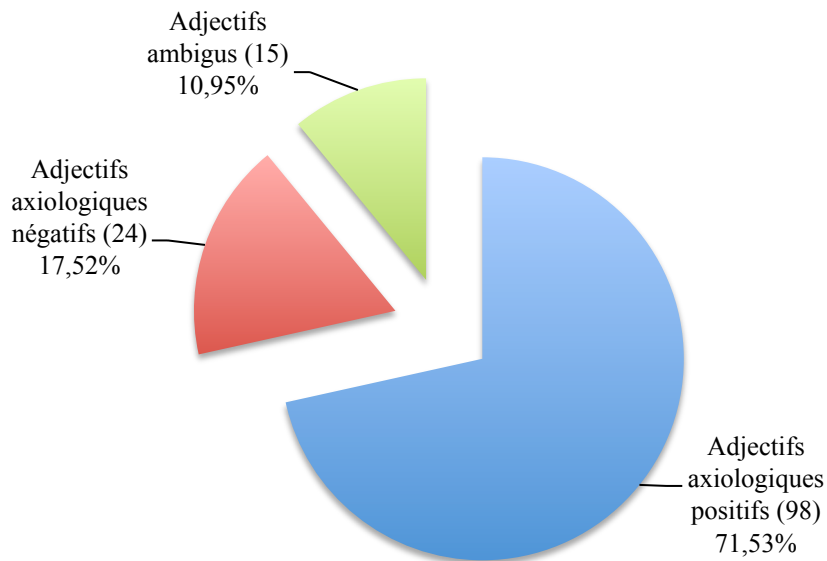


Figure 7 : Les adjectifs axiologiques classés selon les polarités

Compte tenu du *Lexique de l'évaluation* issu du corpus *Blogoscopie*, nous trouvons discutable la valeur axiologique de quelques adjectifs tels que *populaire, gratuit, nécessaire, indispensable, incontournable, visible, normal* et *souffrant*. D'après nous, ces adjectifs ne possèdent aucune valeur axiologique : autrement dit, ils n'ont pas de sens positif ou négatif. Ainsi, nous ne pouvons pas les classer dans les sous-catégories de l'Attitude selon le modèle du langage de l'évaluation (Martin & White, 2005) qui confirme la valeur axiologique des mots s'inscrivant dans cette catégorie.

Nous revenons sur la fréquence des 137 adjectifs axiologiques choisis comme données pour une analyse. Notre critère est basé sur le lexique d'évaluation issu du corpus *Blogoscopie*, le test sémantique et l'existence des adjectifs axiologiques dans la catégorie de l'Attitude du modèle du langage de l'évaluation proposé par Martin et White (2005).

Nous développons ensuite la première hypothèse (1) qui porte sur la fréquence des adjectifs axiologiques dans chaque ouvrage : nous supposons que **les adjectifs axiologiques seraient détectés plus souvent dans les guides touristiques que les livres donnant des informations fondamentales sur la destination**. Les résultats présentés ci-dessous (la figure 8) confirment finalement cette idée.



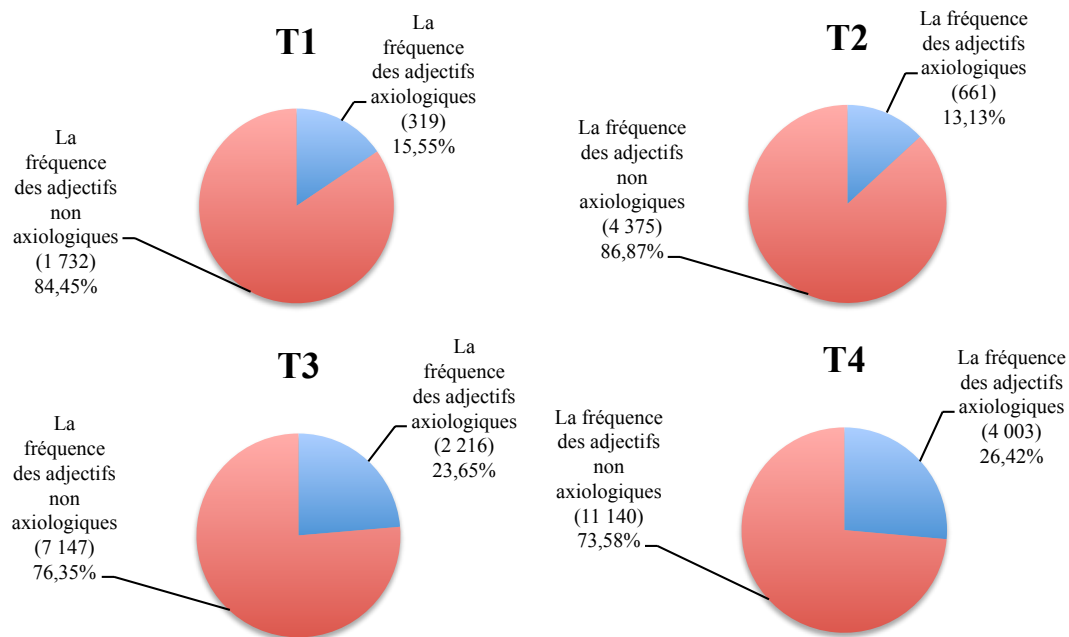


Figure 8 : La fréquence des adjectifs axiologiques comparée à la fréquence totale des adjectifs

La figure 8 démontre la fréquence des adjectifs axiologiques dans quatre ouvrages : T1 et T2 sont les livres donnant des informations générales sur la Thaïlande tandis que T3 et T4 sont les guides touristiques.

Les résultats montrent que les adjectifs axiologiques sont intégrés plus fréquemment dans les guides touristiques sur la Thaïlande, T4 (26,42%) et T3 (23,65%), que dans les livres qui ont pour but de donner des informations de base sur la Thaïlande, T1 (15,55%) et T2 (13,13%).

L'analyse contrastive entre les quatre ouvrages de notre corpus porte également sur la polarité des adjectifs axiologiques. Nous considérons que les guides touristiques constituent des sources d'informations variées sur la destination pour informer les lecteurs et leur donner des conseils sur ce qu'il faut faire ou ce qu'il faut éviter. Nous développons cette idée pour formuler l'hypothèse 2.

L'hypothèse (2) : les adjectifs axiologiques **positifs et aussi négatifs** seront détectés plus souvent dans les guides touristiques sur la Thaïlande que dans les livres donnant des informations générales.

La figure suivante illustre la proportion des adjectifs axiologiques dans les quatre ouvrages, classés dans les polarités positive, négative et ambiguë.

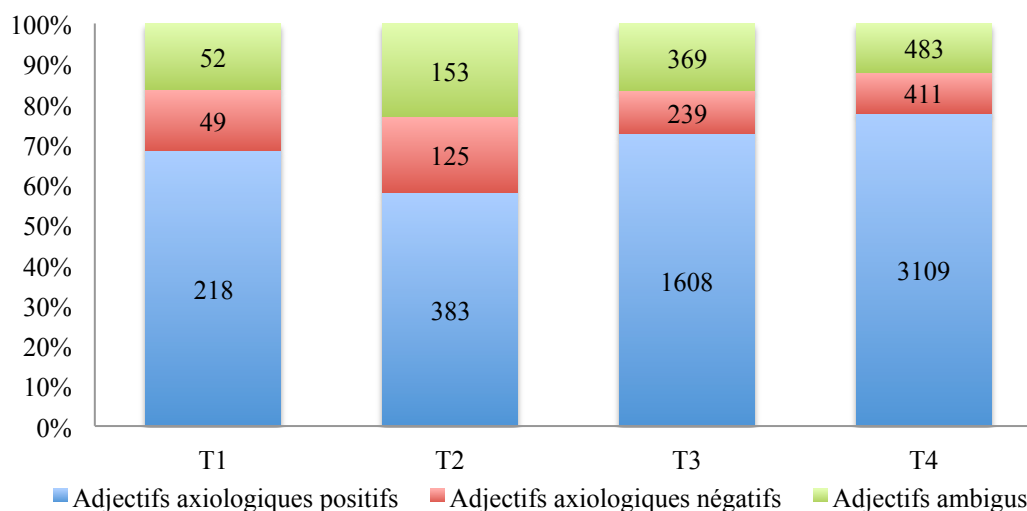


Figure 9 : Les adjectifs axiologiques dans les quatre ouvrages

Compte tenu de l'observation d'une variation des adjectifs axiologiques de notre corpus, nous avons extrait 86, 100, 129 et 130 des adjectifs cibles des T1, T2, T3 et T4 respectivement. La fréquence absolue des adjectifs axiologiques de chaque ouvrage se présente de la façon suivante : 319 (T1), 661 (T2), 2 216 (T3) et 4 003 (T4).

A propos de la fréquence relative, les résultats montrent 77,67% des adjectifs positifs obtenus du T4 et environ 72,56% du T3. La fréquence relative des adjectifs positifs est de 68,34% et 57,94% dans les T1 et T2. Nous notons que les guides touristiques (T3 et T4), sont constitués de la plus grande proportion des adjectifs positifs alors qu'ils sont en moins grande proportion dans les livres donnant des informations de base sur la Thaïlande (T1 et T2). Ce résultat **confirme notre hypothèse (2-1)** que les adjectifs axiologiques positifs sont plus fréquents dans les guides touristiques que dans les livres proposant des informations fondamentales.

En revanche, la fréquence relative des adjectifs négatifs, présente dans la figure 9, démontre que les adjectifs négatifs sont le plus souvent présents dans T2 (18,91%). T2 et T1 présentent une utilisation plus fréquente d'adjectifs négatifs (18,91% et 15,36%) que T3 et T4 (10,79% et 10,27%). Ce résultat **s'oppose à notre hypothèse (2-2)** : nous supposons, au départ, que les adjectifs axiologiques positifs et aussi négatifs soient repérés plus souvent dans les guides touristiques.

Quant aux adjectifs ambigus, nous avons observé aussi que T2 est constitué de la plus grande fréquence des adjectifs ambigus (23,15%) par rapport aux autres ouvrages de notre corpus.

Pour conclure, les adjectifs ambigus et les adjectifs négatifs sont le plus souvent présents dans T2 par rapport aux T1, T3 et T4.

Comme l'objectif de cette étude porte sur l'extraction des adjectifs axiologiques utilisés le plus souvent dans les ouvrages touristiques, nous pensons ensuite à la désambiguïsation afin de retenir la polarité exacte de ces adjectifs ambigus, de vérifier la valeur axiologique des adjectifs et de développer finalement la ressource des adjectifs axiologiques intégrés dans le discours touristique.

### ***B. Les adjectifs axiologiques : la désambiguïsation et la typologie***

En nous appuyant sur la liste des adjectifs axiologiques les plus fréquents dans notre corpus (Tableau 3), nous utilisons ensuite le modèle de l'*attitude* de la théorie de l'*Appraisal* proposé par Martin & White (2005) pour deux objectifs :

- pour vérifier la valeur axiologique des adjectifs
- pour catégoriser sémantiquement les adjectifs ciblés

Grâce à la confirmation d'une valeur axiologique sur les unités lexicales de la catégorie de l'*attitude* de Martin & White, nous supposons que les adjectifs qui possèdent la valeur axiologique devraient être classés dans les sous-catégories de l'*attitude*. Si un adjectif ne peut pas être classé, il ne possède donc pas de valeur axiologique.

#### ***(i) Le repérage des catégories des adjectifs axiologiques***

En nous appuyant sur la plate-forme d'analyse automatique (*AnaText*) et sur un repérage manuel, nous avons extrait des adjectifs ciblés (Tableau 3). Nous tentons ensuite de tester la valeur axiologique de ces adjectifs. Ainsi, nous les classons dans une grille basée sur l'*attitude* de Martin et White (2005) (cf. tableau 4).

En reprenant le critère des sous-catégories de l'*attitude* et en les comparant aux exemples expliqués dans Martin et White (2005), nous faisons les constats suivants :

D'une part, les adjectifs axiologiques résident le plus souvent dans la catégorie du *jugement* et de l'*appréciation* alors que seulement une dizaine d'adjectifs est classée dans la catégorie de l'*affect*.

D'autre part, il est compliqué de catégoriser les unités lexicales axiologiques hors contexte car nous trouvons souvent un adjectif appartenant à deux catégories : le *jugement* et l'*appréciation* ou l'*affect* et l'*appréciation*. Par exemple *Je suis triste*. (1) et *une chanson triste* (2). L'adjectif *triste* (1) est classé dans la catégorie de l'*affect* car il énonce une émotion de l'énonciateur. *Triste* (2) porte plutôt sur la catégorie de l'*appréciation* parce qu'il renvoie à une qualité d'une cible de l'évaluation (*une chanson*). On peut dire qu'il s'agit de la polysémie de l'adjectif. Face à cette complexité, nous nous rendons compte que l'annotation des adjectifs en contexte est absolument nécessaire. Pour atteindre le but de notre étude, nous utiliserons l'outil *NooJ* (Silberztein, 2005) pour annoter des adjectifs axiologiques en contexte particulier et pour désambiguïser certains adjectifs portant les deux valeurs axiologiques.

L'outil *NooJ* sert à extraire et à annoter des adjectifs prévus dans le texte. Cependant, avant de l'effectuer, il faut que nous élaborions une grammaire *NooJ* à partir des adjectifs ciblés. Nous proposerons ci-dessous la catégorisation des adjectifs (la figure 10) servant à une annotation semi-automatique avec *NooJ*. Ensuite nous montrerons, dans la figure 11, les détails de la grammaire *NooJ* élaborée pour notre travail.

### **(ii) La catégorisation des adjectifs axiologiques**

Nous revenons à la catégorisation des adjectifs, une étape très importante pour notre étude. Le modèle choisi pour identifier la catégorie adéquate des adjectifs axiologiques est issu du modèle de l'*attitude* de l'*Appraisal* élaboré par Martin et White (2005). Au départ, nous catégorisons manuellement les 137 adjectifs dans la grille élaborée en se basant sur le modèle de Martin et White (2005) comme le montre la figure 10 (cf. page suivante).

Tableau 4 : L'exemple des adjectifs axiologiques classés dans les catégories de l'attitude de l'Appraisal

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclination	Bonheur	Satisfaction	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffection	Malheur	Insatisfaction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Véracité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
1	abordable											/		/		/		
2	acceptable						/								/	/		
3	accessible												/			/		
4	accueillant						/					/				/		
5	actif						/									/		
6	agréable										/					/		
7	amusant					/					/					/		
8	ancien											/				/	/	/
9	appétissant											/				/		
10	attirant					/					/					/		
11	attractif										/					/		
12	authentique													/		/		
13	avantageux					/								/		/		
14	beau											/				/		
15	bénéfique						/									/		
16	...											/				/		

Dans le premier repérage, nous remarquons qu'une grande partie des adjectifs appartient à la catégorie de l'*appréciation* dans la sous-catégorie de Réaction-Qualité (67 adjectifs) et de Valorisation (30 adjectifs). De plus, ils appartiennent fréquemment à la catégorie du *jugement* dans la sous-catégorie d'Estime sociale-Capacité et d'Estime sociale-Normalité. Évidemment, nous trouvons rarement les adjectifs de la catégorie de l'Affect (8 adjectifs au total) tels que *confortable, heureux, libre, sensible, sympathique, tranquille, calme*. Nous notons aussi que, du fait de la polysémie, un adjectif peut être classé dans plusieurs sous-catégories et que certains adjectifs apparaissent toujours ambigus.

Afin de retranscrire le résultat de manière plus précise, une annotation de corpus est effectuée. Nous élaborons ainsi une grammaire *NooJ* qui active, dans l'outil *NooJ*, un outil pour extraire les mots cibles et pour éliminer le bruit provoqué au cours de l'analyse. Celle-ci se compose d'une structure portant sur les sous-catégories de l'*attitude* (Martin et White, 2005) avec les polarités positive (p) et négative (n) :

**Affect** : inclination-désaffection (AID), bonheur-malheur (ABM), satisfaction-insatisfaction (ASI), sécurité-insécurité (ASEI)

**Jugement** : estime sociale normalité (JESN), estime sociale capacité (JESC), estime sociale ténacité (JEST), sanction sociale véracité (JSSV), sanction sociale éthique (JSSE)

**Appréciation** : réaction impact (ApRI), réaction qualité (ApRQ), composition équilibre (ApCE), composition complexité (ApCC), valorisation (ApV)

Nous ajoutons ensuite les adjectifs ciblés sur chaque nœud prévu dans le modèle d'annotation élaboré à partir de la grammaire *NooJ* (cf. figure 10 et l'annexe 5<sup>11</sup>).

---

<sup>11</sup> Annexe 5 : La grammaire *NooJ* pour l'extraction des adjectifs axiologiques à partir du modèle de l'*Appraisal*

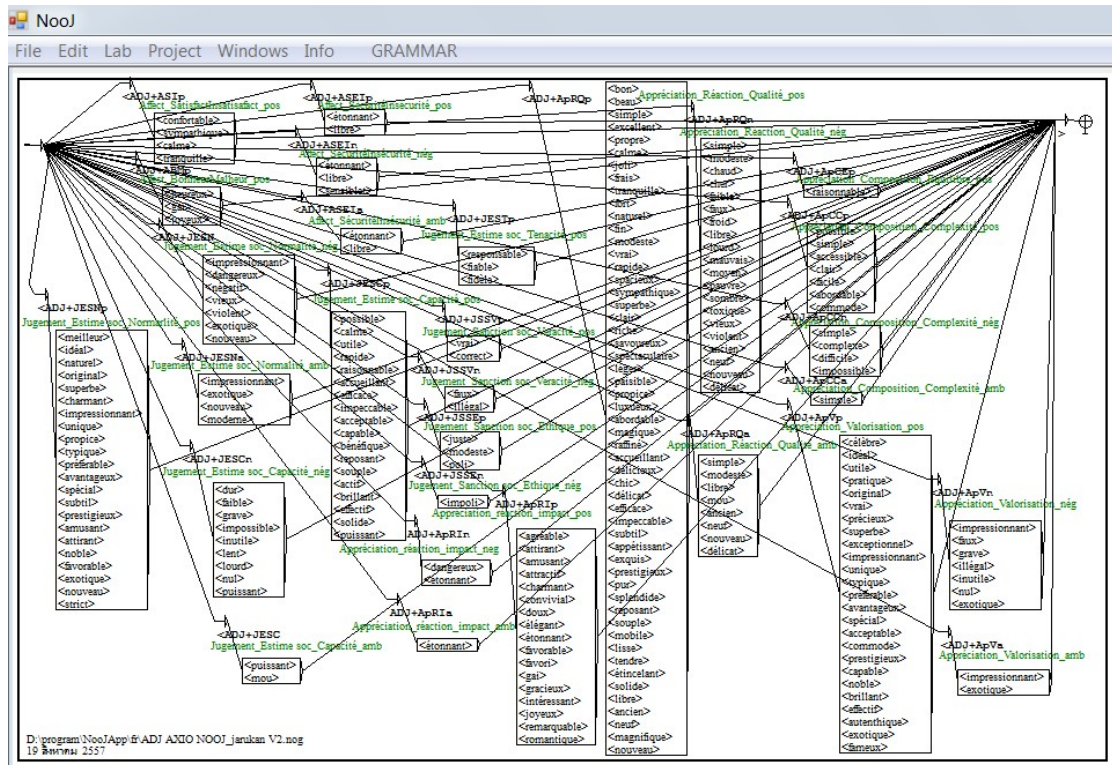


Figure 10 : La grammaire *NooJ* pour l'extraction des adjectifs axiologiques à partir du modèle de l'attitude de l'*Appraisal*

Nous allons nous appuyer sur l'outil *NooJ* qui nous permet d'annoter automatiquement notre ciblage dans le contexte et dans chaque ouvrage de notre corpus, et nous vérifierons ensuite manuellement la valeur axiologique et la catégorie à laquelle les adjectifs appartiennent.

A partir des adjectifs considérés comme cibles de notre étude, nous vérifierons leur valeur axiologique et les catégories où ils apparaissent. En outre, nous les annotons en contexte à l'aide de l'outil *NooJ* puisqu'un grand nombre d'adjectifs représentent une valeur axiologique dans un contexte particulier.

L'hypothèse de cette étape se rapporte aux catégories et aux sous-catégories des adjectifs axiologiques : nous souhaitons que l'annotation nous permette de trouver les 137 adjectifs appartenant à la catégorie et à la sous-catégorie prévue. Toutefois, nous constatons, grâce à l'annotation, que certains adjectifs ne portent pas la valeur axiologique dans le contexte de notre corpus : *lisse*, *mobile*, *mou*, et *nul*. Ainsi, nous éliminons ceux-ci de la ressource lexicale des adjectifs axiologiques basée sur notre corpus touristique.

Après une annotation à l'aide de l'outil *NooJ* et une vérification manuelle issue de l'*attitude* de l'*Appraisal* (Martin et White, 2005), les 133 adjectifs axiologiques, issus des 5485 entrées, sont catégorisés comme le montre le tableau ci-dessous :

		Entrées	Proportion	
Affect	Inclination/Désaffection		0	0,00%
	Bonheur/Malheur		17	0,31%
	Satisfaction/Insatisfaction		7	0,13%
	Sécurité/Insécurité		12	0,22%
Jugement	Estime sociale	<u>Normalité</u>	<u>305</u>	<u>5,56%</u>
		<u>Capacité</u>	<u>261</u>	<u>4,76%</u>
		Ténacité	28	0,51%
	Sanction sociale	Véracité	59	1,08%
		Éthique	32	0,58%
Appréciation	Réaction	<u>Impact</u>	<u>741</u>	<u>13,51%</u>
		<u>Qualité</u>	<u>2 831</u>	<u>51,63%</u>
	Composition	Équilibre	50	0,91%
		Complexité	358	6,53%
	<u>Valorisation</u>		<u>782</u>	<u>14,26%</u>
Total		5 483		

Tableau 5 : La fréquence des adjectifs axiologiques classés en catégories

Compte tenu de l'annotation dans notre corpus, nous présentons dans le tableau ci-dessus la fréquence des adjectifs axiologiques en fonction des catégories de l'*attitude* de l'*Appraisal*.

Il faut souligner qu'un adjectif peut appartenir à plusieurs catégories ; cela dépend de ce que l'énonciateur juge (le fait et le comportement d'une personne, des objets, les sentiments d'un sujet parlant, etc.). Par exemple, nous avons repéré l'adjectif *brillant* dans notre corpus : *un brillant chef breton*. Cet adjectif appartient à la catégorie Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive et dans l'Appréciation/Valorisation-Positive : *une brillante culture originaire de Sumatra*. Dans ce cas, l'adjectif *brillant* est utilisé pour évaluer la capacité d'une personne ou un objet que l'énonciateur apprécie.



Selon le tableau ci-dessus, nous remarquons que les adjectifs axiologiques portent majoritairement sur la catégorie *appréciation*, en particulier sur la *sous-catégorie réaction qualité* (52%), sur la *valorisation* (14%) et sur la *réaction impact* (14%). Par exemple :

Appréciation réaction qualité : *Belles plages de sable fin et eaux claires*

Appréciation valorisation : *Cuisine thaïe authentique et savoureuse, objets précieux*

Appréciation réaction impact : *un salon de thé charmant, un boutique-hôtel élégant*

Selon les résultats, nous pourrions dire que la plupart des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sont utilisés pour exprimer l'appréciation d'un énonciateur destiné à la qualité des cibles d'une évaluation. Nous remarquons aussi que les adjectifs axiologiques de la catégorie *affect* sont le moins souvent identifiés (2% au total) (cf. annexe 2<sup>12</sup> pour plus de détails.)

Le résultat précédent permet de répondre à la deuxième problématique préliminaire : *Dans le discours touristique, quels sont les types axiologiques les plus fréquents ?*

De surcroît, l'annotation permet de retenir les adjectifs axiologiques les plus fréquents dans notre corpus. Nous constatons que les adjectifs *bon, beau, possible, agréable, cher, meilleur, simple, intéressant, excellent* et *accessible* sont les adjectifs les plus souvent utilisés dans le corpus constitué de quatre ouvrages touristiques. La fréquence relative des cinq premiers, par rapport aux adjectifs présents dans notre corpus, est respectivement de 1,49%, 1,28%, 0,70%, 0,65% et de 0,54% (annexe 4<sup>13</sup>). Par exemple une *bonne image de urbanisation chaotique de Bangkok, un beau jardin, il est possible de se rendre aux plages voisines, l'endroit est agréable, cuisine appétissant et pas chère.*

Nous notons aussi que l'ouvrage qui contient majoritairement des adjectifs axiologiques est *Le Petit Futé Thaïlande*, un guide touristique. Celui-ci représente 21,49% de la fréquence relative des adjectifs (3 356) tandis que l'ouvrage touristique *Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande* est constitué des adjectifs axiologiques les moins nombreux (7,19%). Quant aux ouvrages intitulés *Les liens qui unissent les Thaïs*,

---

<sup>12</sup> La catégorisation des adjectifs axiologiques basée sur l'attitude de l'Appraisal (Martin et White, 2005)

<sup>13</sup> La fréquence des adjectifs les plus fréquents : la ressource lexicale des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques

*Coutumes et cultures* et *Guide évasion Thaïlande*, ils possèdent respectivement une proportion d'adjectifs axiologiques de 208 (10,14%) et de 1 665 (17,78%).

Comparée à la fréquence des adjectifs axiologiques retenue avant l'annotation, comme le montre la figure 8 reprise ci-dessous, nous remarquons que la fréquence des adjectifs axiologiques de chaque ouvrage est légèrement diminuée (environ 5%). En fait, le résultat montre, comme avant l'annotation, que les adjectifs axiologiques sont le plus souvent présents dans T4, T3, T1 et T2, respectivement.

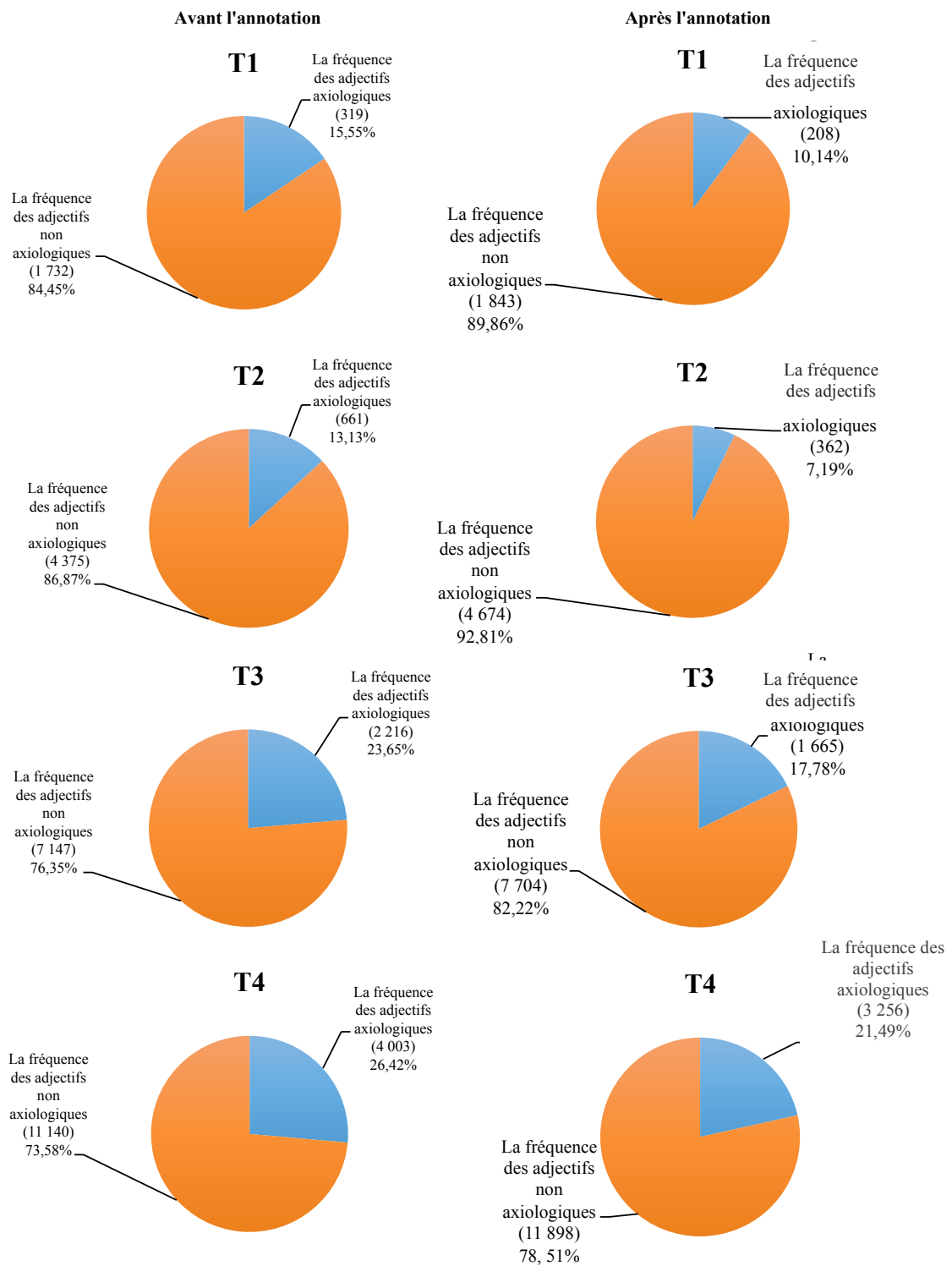


Figure 11 : La fréquence des adjectifs axiologiques avant et après l'annotation

La partie suivante (iii) propose l'annotation des adjectifs axiologiques dans des contextes différents et une analyse de la polarité des adjectifs axiologiques.

### ***(iii) L'annotation : une vérification d'une valeur et de la catégorie des adjectifs axiologiques***

Comme le montre la partie précédente, l'annotation du corpus à l'aide de l'outil *NooJ* permet de vérifier les catégories des adjectifs axiologiques. Par ailleurs, une désambiguïsation de la polarité des adjectifs ambigus suivie par un petit nettoyage manuel sera réalisée en consultant le contexte à l'aide de cet outil.

Nous illustrerons ci-dessous l'annotation des adjectifs axiologiques positifs et négatifs à côté des adjectifs portant une valeur axiologique en contexte et des adjectifs ambigus.

#### **a) Les adjectifs axiologiques positifs**

Il est évident que les adjectifs positifs occupent la plus grande partie des adjectifs axiologiques dans notre corpus. Nous trouvons des adjectifs soit intrinsèquement positifs soit positifs en contexte. Les adjectifs intrinsèquement positifs sont, par exemple, *accueillant, appétissant, attirant, bon, heureux, superbe, sympathique, etc.*

(1) Le maître des lieux, Noom, homme sympathique/<ADJ+ASIp <sympathique, sympathique,A+Genre=f+Nb=s>> et serviable, voyage occasionnellement en Allemagne ou en France.

(2) Bienvenue chez Suda, l'accueillante/<ADJ+JESCP<accueillante, accueillant, A+Genre=f+Nb=s>> propriétaire de cette tranquille guesthouse joliment entretenue.

(3) De telles caractéristiques rendent la soie thaïe attirante/<ADJ+ApRIp <attirante,attirant,A+Genre=f+Nb=s>> et unique.

Les adjectifs dans les exemples ci-dessus présentent le jugement positif vers les cibles de l'évaluation : *homme, la propriétaire* et *la soie thaïe*.

L'adjectif *sympathique* dans l'exemple (1) évalue *homme* se référant à *Noom, le maître*. Cet adjectif appartient à la catégorie *affect satisfaction* et présente la propre satisfaction d'un énonciateur vers la cible qui est considérée comme une personne sympathique.

Bien que les adjectifs *sympathique* dans l'exemple (1) et *accueillante* dans l'exemple (2) se réfèrent à un être humain, il y a une différence entre les deux : une nuance de la norme sociale. L'adjectif *sympathique* montre l'émotion favorable de l'être humain, il ne correspond à aucune norme sociale. À l'inverse, dans l'exemple (2), l'adjectif *accueillante* est considéré comme axiologie de la catégorie *jugement estime sociale*.

*capacité*. L'énonciateur évalue la capacité de *la propriétaire* en se référant à une norme sociale : dans telle ou telle société, on connaît les qualités d'une personne qui est accueillante.

L'adjectif *attirante* dans l'exemple (3) fait partie de la catégorie *appréciation* de sous-catégorie réaction-impact ; cet adjectif dénote l'appréciation d'un énonciateur vers *la soie thaïe*.

Quant aux adjectifs positifs en contexte, en consultant notre corpus, nous considérons ceux-ci comme étant des adjectifs axiologiques positifs dans le contexte particulier : *actif, calme, chaud, léger, moderne, nouveau, simple* et *strict*. Ces adjectifs n'énoncent aucune valeur axiologique hors contexte. Voici quelques exemples :

(4) Alliance française. 29 Sathorn Tai Rd I-D4 02.670.4200, www.alliance-francaise.or.th. Un lieu de rendez-vous francophone très actif/<ADJ+ApRQp <actif,actif,N+Genre=m+Nb=s>>.

(5) Quelques restaurants, quelques hôtels, l'ambiance est nettement plus calme/<ADJ+ApRQp<calme,calme,A+Genre=m+Nb=s>> mais la plage est moins bien entretenue.

(6) Une cuisine royale! Parfumée, légère/<ADJ+ApRQp<légère,léger,A+Genre=f+Nb=s>> et raffinée, la cuisine thaïe est aujourd'hui unanimement reconnue comme l'une des meilleures cuisines du monde.

(7) Établissement proposant des chambres modernes/<ADJ+ApRQp <modernes, moderne,A+Genre=m+Nb=p>>, claires et confortables, avec salle de bains et TV.

Les adjectifs axiologiques dans les exemples (4), (5), (6) et (7) illustrent l'annotation de l'adjectif axiologique du type *appréciation réaction qualité positif*. L'adjectif *actif* dénote favorablement *un lieu de rendez-vous francophone* qui se rapporte à l'*Alliance française*. L'adjectif *calme* dans l'exemple (5) dénote positivement une cible de l'évaluation *l'ambiance* alors que *légère* dans l'exemple (6) évalue *la cuisine thaïe*.

Quant à l'adjectif *moderne*, il décrit normalement la qualité d'un objet sans nuance de l'évaluation. De toute façon, l'adjectif *modernes* dans l'exemple (7) porte une valeur axiologique dans ce contexte et énonce l'appréciation de l'énonciateur vers la cible *des chambres*.

Par ailleurs, nous retenons un adjectif positif en contexte correspondant à la catégorie *jugement estime sociale normalité* dans l'exemple ci-dessous :

(8) Côté environnement, les consignes de préservation de la nature (capital touristique) ont l'air assez strictes/<ADJ+JESNp<strictes,strict,A+Genre=f+Nb=p>> pour rassurer les esprits chagrins qui envisageraient une dégradation quelconque: allons, voyons, quand le business va, tout va?

Dans l'exemple (8), l'adjectif axiologique *strictes* caractérise les consignes de préservation de la nature (capital touristique) pour rassurer les esprits chagrins qui envisageraient une dégradation quelconque (...).

(9) Rama Kamheng laissa aussi le souvenir d'un monarque juste/<ADJ+JSSEp<juste,juste,N+Genre=m+Nb=s>> et proche de son peuple.

L'exemple (9) illustre l'annotation de l'adjectif *juste* qui ne porte pas de valeur axiologique hors contexte. Dans l'exemple, *juste* appartient à la catégorie *jugement sanction sociale éthique positive*. Il évalue *le souverain d'un monarque* se référant à *Rama Kamhaeng*. De surcroît, l'adjectif *juste* est souvent repéré dans un contexte concernant la notion de prix, comme dans les exemples suivants : *un rapport qualité/prix juste* (T3), *au juste prix pour un étranger* (T4).

## **b) les adjectifs axiologiques négatifs**

Notre corpus ne contient pas beaucoup d'adjectifs négatifs en raison de la caractéristique de ce type de discours ; certains sont des adjectifs intrinsèquement négatifs tandis que d'autres portent une valeur négative en contexte.

Voici quelques exemples de l'annotation des adjectifs intrinsèquement négatifs :

(10) Elles lui apparurent comme une souffrance inutile/<ADJ+ApVn<inutile, inutile, A+Genre=m+Nb=s>>, qui ne valait pas mieux que l'hédonisme de sa jeunesse.

(11) Mais, lassé par leur manque de sérieux, il les abandonna au dur/<ADJ+JESCn<dur,dur,N+Genre=m+Nb=s>> travail et à la transpiration de la culture des rizières (ça nous rappelle quelque chose, ça...).

L'exemple (10) illustre l'annotation de l'adjectif *inutile*, un adjectif axiologique du type *appréciation valorisation négatif*. Il porte une évaluation défavorable sur *une souffrance*. Dans l'exemple (11), l'adjectif *dur* est considéré comme adjectif de la catégorie *jugement estime sociale capacité négative*. Cet adjectif ne concerne ni l'émotion ni l'appréciation d'un énonciateur mais il se rapporte plutôt à une norme sociale. La cible de l'évaluation de *dur* est *travail*.

Au sein des adjectifs « en » contexte choisis comme objets de notre étude, nous trouvons deux adjectifs portant seulement la valeur négative : *grave* et *complexe*.

(12) En cas d'accident grave/<ADJ+ApVn<grave,grave,A+Genre=m+Nb=s>> (moto notamment), l'évacuation est organisée sur Koh Samui (077-245 236).

Dans l'exemple (12), l'adjectif axiologique négatif *grave* évalue *accident*. Cet adjectif appartient à la catégorie *appréciation valorisation*. De plus, l'adjectif *grave* porte aussi sur le type *jugement estime sociale capacité* qui juge des faits, comme l'indique la phrase suivante :

(13) Littéralement, dans la bouche d'un Thaïlandais: « ce n'est pas *grave* », « pas de quoi s'inquiéter », « ça va s'arranger »... (Auzias & Labourdette, 2011, p. 27)

(14) Ils auront également parfois du mal à interpréter les différents sourires, les règles de politesse complexes/<ADJ+ApCCn<complexes,complexe,A+Genre = m+Nb=p>> et raffinées des Thaïs.

L'exemple (14) illustre l'annotation de l'adjectif *complexe*, un adjectif axiologique du type *appréciation composition complexité négatif*. Il porte une évaluation défavorable sur *les règles de politesse*.

Nous remarquons que l'adjectif négatif en contexte porte très souvent une valeur soit positive, soit négative. Nous l'expliquerons dans le paragraphe suivant : les adjectifs ambigus.

### c) les adjectifs ambigus

Au départ, treize adjectifs ambigus, les plus fréquemment utilisés dans notre corpus, sont extraits. Après une annotation issue de l'outil *NooJ*, leur nombre diminue. Nous étudierons précisément ainsi une dizaine d'adjectifs possédant une valeur positive ou négative dans un contexte particulier : *ancien*, *chaud*, *cher*, *délicat*, *exotique*, *étonnant*, *fort*, *impressionnant*, *libre*, *modeste*, *puissant*, *simple*, *souple*, *subtil* et *vieux*. Voici les exemples de l'annotation de ces adjectifs.

L'adjectif *ancien* est considéré comme une évaluation du type *appréciation réaction qualité*. Il porte une valeur négative (15) ou positive (16). Nous trouvons également que l'adjectif *vieux*, un adjectif négatif, porte la polarité positive (17).

(15) Un établissement déjà ancien/<ADJ+ApRQn<ancien,ancien,A+Genre=m+Nb=s>> qui améliore régulièrement ses hébergements.

(16) Très joliment décoré d'objets anciens/<ADJ+ApRQp<anciens,ancien,N+Genre=m+Nb=p>> et traditionnels, il est niché dans une maison ancienne au sein d'un jardin, non loin de la rivière.

(17) Ouvert tous les jours de 7h à 22h. La plus vieille/<ADJ+JESN <vieille, vieux,A+Genre=f+Nb=s>> échoppe de nouilles au bœuf du quartier. Situé à l'angle de Khao San et de Tanao Road, ce vieux « noodle shop » est un pôle d'attraction pour les touristes mais aussi pour les Thaïlandais du quartier.

L'adjectif *chaud* appartient à la catégorie *appréciation réaction qualité*. Il porte fréquemment la polarité négative, il est possible que celui-ci devienne positif dans tel ou tel contexte comme *une chaude ambiance*.

(18) C'est qu'il fait souvent chaud/<ADJ+ApRQn<chaud,chaud,N+Genre=m+Nb=s>> sur la plage, malgré l'ombre des cocotiers...

(19) Un groupe de musiciens thaïs crée une *chaude*/<ADJ+ApRAp<chaud, chaud,N+Genre=m+Nb=s>>ambiance sans que cela dégénère en cacophonie.

L'adjectif *chaud* dans l'exemple (18) énonce une évaluation négative vers la *température* tandis que celui dans l'exemple (19) évalue positivement *ambiance*. Pareillement à l'adjectif *chaud*, *délicat* possède une valeur axiologique ambiguë. Il est considéré comme l'adjectif du type *appréciation réaction qualité* : ici, il s'agit du fait de la polysémie.

(20) Drogue C'est le sujet le plus délicat/<ADJ+ApRQn<délicat,délicat,A+Genre=m+Nb=s>> en Thaïlande (outré l'offense au roi).

(21) Ces nids d'hirondelles très convoités sont achetés à prix d'or pour procurer ce mets délicat/<ADJ+ApRQp<délicat,délicat,A+Genre=m+Nb=s>> aux restaurants chinois de toute l'Asie.

Dans l'exemple (20), l'adjectif *délicat* évalue négativement *le sujet* qui se réfère à *Drogue* alors que *délicat* dans l'exemple (21) montre une évaluation positive vers *ce mets* qui se rapporte à *ces nids d'hirondelles*.

Les exemples (22), (23), (24) illustrent l'annotation de l'adjectif axiologique *exotique* qui appartient au type *appréciation valorisation* et rarement à la catégorie *jugement estime sociale normalité*. Sa polarité dépend du contexte particulier ; il énonce la valeur positive dans les exemples (22) et (23) tandis que celui de l'exemple (24) évalue négativement la cible (*une fièvre*).



(22) Vos enfants vont adorer, Thaïlande, sa faune exotique/<ADJ+ ApVp<exotique, exotique,A+Genre=f+Nb=s>>, ses mers chaudes... Vous trouverez sans mal menus kids et terrains de jeux.

(23) Un restaurant-bar est situé dans un magnifique jardin exotique/<ADJ+ApVp <exotique,exotique,A+Genre=f+Nb=s>>

(24) Le rêve siamois du Roi Soleil: récits d'une fièvre exotique/<ADJ+JESNn <exotique,exotique,A+Genre=f+Nb=s>> à la cour du Très-Chrétien, Cosmopole, 2004.

Nous avons même repéré un exemple de l'adjectif *exotique* que nous ne pouvons pas désambiguïser :

(25) On arrive dans un accueillant aéroport provincial formé de plusieurs pavillons en bois. L'ensemble est très exotique/<ADJ+JESNa<exotique,exotique,A+Genre=m+Nb=s>>!

Dans l'exemple (25), il est possible que l'adjectif *exotique* porte une valeur positive en s'appuyant sur le contexte. En tout cas, il paraît incorrect si nous considérons cet adjectif très ambigu comme positif.

Pour finir, nous proposons un autre exemple d'adjectif ambigu qui pose beaucoup de problèmes de désambiguïstation : l'adjectif *fort*. Au départ, nous considérons cet adjectif comme adjectif négatif (26), le résultat de l'annotation montre néanmoins qu'il porte également une valeur positive comme l'indique l'exemple (27).

(26) l'inexpérience de leurs clients pour leur vendre au prix fort/<ADJ+ApRQn <fort,fort,N+Genre=m+Nb=s>> des pierres sans intérêt.

(27) Le projet « produits OTOP » a été initié par le gouvernement dans le but d'encourager et de supporter le développement communautaire et de construire des communautés fortes/<ADJ+ApRQp<fortes,fort,N+Genre=f+Nb=p>> et indépendantes.

Selon les dictionnaires généraux, l'adjectif *fort* porte une nuance positive tandis qu'il possède également une valeur négative dans notre corpus, comme l'indique l'exemple ci-dessus : *au prix fort des pierres sans intérêt*.

De la même manière que tous les exemples présentés ci-dessus, nous avons repéré que les adjectifs *cher*, *étonnant*, *impressionnant*, *libre*, *modeste*, *puissant*, *simple*, *souple*, *subtil* et *vieux* évaluent soit positivement soit négativement des cibles. A l'aide du

contexte, un destinataire pourra distinguer la polarité de ces adjectifs (cf. annexe 3 pour l'annotation de ceux-ci).

L'annotation, menée sur notre corpus contenant quatre ouvrages touristiques, nous permet de mettre en évidence les adjectifs prévus dans le contexte, de distinguer des catégories des adjectifs axiologiques et d'identifier la polarité axiologique des adjectifs prévus. Nous parvenons enfin à une conclusion de cette phase d'étude.

### **III. Conclusion**

1) A partir de notre corpus touristique, le résultat de l'annotation montre que 133 sur 137 adjectifs sont axiologiques. Les adjectifs *bon, beau, possible, agréable, cher, meilleur, simple, intéressant, excellent* et *accessible* sont les plus fréquemment présents dans notre corpus (cf. annexe 4). A défaut de l'annotation, préférable pour approuver une valeur axiologique, les adjectifs *lisse, mobile, mou* et *nul* sont éliminés. Nous présentons les 133 adjectifs selon l'annotation dans l'annexe 3.

2) Dans le cadre de la catégorie de « l'attitude » de l'*Appraisal*, nous notons que la plupart des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques appartiennent à la catégorie de l'*appréciation*, en particulier l'*appréciation réaction qualité* (cf. annexe 2). A propos de la catégorie du *jugement*, le résultat illustre que plus d'adjectifs axiologiques appartiennent à la sous-catégorie de l'*estime sociale* qu'à celle de la *sanction sociale*. Par ailleurs, nous avons trouvé très peu d'adjectifs de la catégorie de l'*affect*. Aucun adjectif axiologique de notre corpus ne porte sur la catégorie de l'*affect inclination-désaffection*.

3) Dans le cadre de l'axiologie, la science des valeurs, les résultats précédents permettent de conclure que les ouvrages touristiques tentent d'exprimer plus de valeur esthétique qu'éthique et émotive.

4) Quant à la polarité des adjectifs axiologiques, après une désambiguïsation, nous remarquons que certains adjectifs considérés au départ comme adjectifs négatifs peuvent porter une valeur positive dans tel ou tel contexte et vice-versa, tels que *fort* et *subtil* : *un point fort* et *le prix fort, la phase la plus subtile* et *aux arômes subtils*.

5) Nous cherchons aussi à mettre en évidence des adjectifs qui ne portent pas de valeur axiologique dans des contextes généraux mais qui présentent parfois l'axiologie dans des contextes touristiques. Ce sont des adjectifs tels que : *actif, ancien, calme, chaud, complexe, grave, léger, moderne, nouveau, simple, strict* et *vieux*.

6) Ayant annoté des adjectifs ambigus dans notre corpus, nous considérons que les adjectifs suivants portent toujours les deux axes : *chaud*, *cher*, *délicat*, *étonnant*, *exotique*, *fort*, *impressionnant*, *libre*, *modeste*, *moderne*, *puissant*, *simple*, *souple*, *subtil* et *vieux*. Afin d'extraire la polarité, il faut consulter nécessairement le contexte. Les adjectifs soulignés précédents sont considérés également comme adjectifs en contexte.

7) Outre le *Lexique de l'évaluation* développé à partir du corpus *Blogoscopie*, nous avons filtré une trentaine d'adjectifs axiologiques de plus. Ce sont les adjectifs *actif*, *appétissant*, *attirant*, *avantageux*, *brillant*, *calme*, *clair*, *commode*, *convivial*, *effectif*, *élégant*, *étincelant*, *exquis*, *fort*, *frais*, *gracieux*, *luxueux*, *naturel*, *noble*, *original*, *paisible*, *poli*, *précieux*, *propice*, *propre*, *pur*, *raisonnable*, *spacieux*, *tranquille*, *typique*, *faux*, *ancien*, *exotique*, *mou*, *simple*, *souple*. Ceux-ci seront inclus dans notre ressource lexicale des adjectifs axiologiques du discours touristique.

## Chapitre 4 – Les stéréotypes des discours touristiques et la cible d’une évaluation

Le chapitre précédent se focalise sur une catégorisation et une vérification des adjectifs axiologiques intégrés dans des ouvrages touristiques. Dans ce chapitre, notre intérêt s’oriente vers le stéréotype, en particulier le stéréotype de pensée, qui se rapporte aux croyances ou aux idées communes d’une société. Nous appliquons également le concept de la caractéristique du discours spécialisé à notre analyse qualitative.

En nous référant à la taxonomie de Martin et White (2005), qui établit une catégorisation des adjectifs axiologiques en modalités, et grâce à l’annotation issue de l’outil *NooJ*, nous avons pu repérer des cibles d’une évaluation. Nous tentons ensuite d’identifier des stéréotypes de pensée dans les discours touristiques sur la Thaïlande du point de vue des différents concepts culturels suivants : poli et impoli ; ancien et vieux ; chaud et froid ; propice, exotique et étonnant ; et royal et la positivité.

### *I. Les stéréotypes des discours touristiques*

Charlotte Schapira (1999) note que les stéréotypes se divisent principalement en deux catégories, d’une part la catégorie des stéréotypes de langue, c’est-à-dire les stéréotypes linguistiques et d’autre part la catégorie des stéréotypes de pensée. La première catégorie s’intéresse au figement dans les expressions, les locutions ou les unités lexicales telles que : *geler à pierre fendre, le coup d’état, le couvre-feu*. La deuxième catégorie repose sur des croyances ou des idées communes d’une société, autrement dit les croyances ou les idées varient selon les sociétés ou les pays.

Dans ce chapitre, nous nous focaliserons plutôt sur les stéréotypes de pensée liés à la valeur axiologique et à la cible de l’évaluation dans le contexte touristique. Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot notent que le stéréotype concerne la culture « regardante » et la culture « regardée »<sup>14</sup>. C’est-à-dire que, dans le concept du stéréotype, le jugement dépend de la norme sociale et culturelle de l’énonciateur qui évalue une cible appartenant à d’autres cultures. Par exemple, en Thaïlande :

Il est important de ne jamais pointer une personne et même un objet du pied, celui-ci étant considéré comme la partie la plus impure du corps. (Perve et al., 2005, p. 97).

---

<sup>14</sup> la culture « regardant » et « regardée » : les lexiques introduits dans *Stéréotypes et clichés* (Amossy & Pierrot, 2007, p. 70)

Selon cette phrase, nous remarquons que « pointer une personne et un objet du pied » est acceptable dans la culture de l'énonciateur et le destinataire.

### ***A. Les stéréotypes de pensée***

Ayant effectué des repérages dans les ouvrages touristiques considérés comme corpus de notre travail, nous avons remarqué certaines nuances du stéréotype de pensée vis-à-vis des adjectifs axiologiques présents dans tel ou tel contexte.

#### ***(i) Poli et impoli***

Selon Martin et White (2005), la catégorie du *jugement*, qui fait partie des trois catégories de l'*attitude*, portent sur l'estime sociale et la sanction sociale. Le thème de la politesse est classé dans la sous-catégorie *sanction sociale éthique* variable selon la culture et les traditions de chaque communauté.

Dans notre corpus touristique, nous trouvons des cibles d'une évaluation à travers l'adjectif axiologique *impoli* :

(1) Enfin, il est considéré comme *impoli* de fumer en mangeant. (Perve et al., 2005, p. 70)

(2) Il n'est pas *impoli* de faire une pause lors d'une conversation pour cracher dans le crachoir et de s'essuyer la bouche de temps en temps. (Senawong, 2007, p. 164)

L'adjectif *impoli* dans l'exemple (1) se rapporte au fait de *fumer en mangeant* et traduit le jugement des Thaïlandais qui considèrent ce fait comme étant impoli. Cela provient d'une règle de politesse des Thaïlandais qui devient probablement une différence culturelle dans d'autres sociétés.

Dans l'exemple (2), l'auteur évalue un fait en utilisant l'adjectif *impoli* dans une construction de négation *ne...pas*. Ainsi, la valeur négative d'*impoli* est niée : il devient ensuite « Il est *poli* de... ». De toute façon, cette phrase se rapporte au style de vie des Thaïlandais à l'époque : mâcher de la noix de bétel. De nos jours, nous remarquons que cette coutume a presque disparu car il est très rare de voir des gens mâcher de la noix de bétel. Au contraire, *faire une pause lors d'une conversation pour cracher dans le crachoir et de s'essuyer la bouche de temps en temps* devient impoli. On peut dire que le stéréotype de pensée évolue diachroniquement comme le note Amossy et Pierrot « le stéréotype peut évoluer avec la croyance » (2007, p. 90).

## (ii) *Ancien et vieux*

Dans un contexte général, l'adjectif *ancien* se manipule comme adjectif qualificatif pour décrire la qualité d'un objet. Néanmoins, cet adjectif porte souvent une valeur axiologique dans le contexte touristique.

(3) Le viharn, sans doute la plus *ancienne* structure en bois sculptée de Lan Na (estimé à 1476), est décoré de peintures du XVIe s. retrouvées lors de sa réfection. (Le Diraison, 2011, p. 150)

(4) Situé à côté du Wat Na Phra Larn, cet établissement sans prétention mais agréable, propose des bungalows ventilés déjà *anciens* alignés sur un assez grand terrain rectangulaire, planté d'arbres. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 398)

Il est évident que dans des ouvrages touristiques, en particulier des guides touristiques, certaines remarques ont pour but de souligner l'importance d'un lieu ou d'un objet. Ainsi, nous remarquons très souvent que le procédé du superlatif et l'approche lexicale complète une valeur axiologique.

En consultant le contexte de l'exemple (3), l'auteur n'utilise pas l'adjectif *ancien* dans la structure du superlatif pour décrire seulement l'état d'un temple mais il énonce également sa propre évaluation positive destinée à ce temple. Apparemment, ceci est considéré comme un temple daté depuis très longtemps, précieux et authentique. Au contraire, dans l'exemple (4) *des bungalows ventilés déjà anciens*, l'adjectif *ancien* est présent à côté de l'adverbe *déjà*. Nous considérons ainsi que, dans ce contexte, l'adjectif *ancien* porte une valeur négative.

L'adjectif *vieux*, quant à lui, possède soit une valeur positive, soit négative dans un contexte touristique alors qu'il se rapporte simplement à l'âge des entités dans un contexte général. Sans nuance de jugement de valeur de l'énonciateur, cet adjectif est considéré comme adjectif non axiologique.

(5) La plus *vieille* échoppe de nouilles au bœuf du quartier. Situé à l'angle de Khao San et de Tanao Road, ce *vieux* « noodle shop » est un pôle d'attraction pour les touristes mais aussi pour les Thaïlandais du quartier. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 145)

(6) Il n'est pas forcément intéressant de rester dormir ici, les quelques établissements bas de gamme, trop *vieux*, manquent sérieusement d'entretien et ne sont guère recommandables. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 304)

Dans l'exemple (5), *vieille* et *vieux* se rapportent qualitativement à l'âge de cette échoppe de nouilles qui devient finalement un pôle d'attraction du quartier. De plus, l'adjectif *vieille* est présent dans la construction du superlatif : *la plus vieille*. C'est la raison pour laquelle nous considérons *vieille* et *vieux* comme étant des adjectifs axiologiques positifs.

Bien évidemment, l'adjectif *vieux* énonce également une valeur négative vers la cible d'une évaluation, comme dans l'exemple (6) : le passage axiologique *trop vieux* qui dénote *des établissements*. Nous remarquons que non seulement l'adverbe *trop* permet de justifier la valeur négative de *vieux* mais aussi que la présence d'un groupe adjectival *bas de gamme* permet de répéter la polarité négative de *vieux*.

Le repérage des adjectifs *ancien* et *vieux* dans notre corpus permet de conclure que, dans les discours touristiques, les adjectifs liés à l'âge d'un objet ou d'un lieu, tels qu'*ancien* et *vieux*, portent sémantiquement une valeur axiologique. Ils résident dans la polarité positive quand ils dénotent la cible concernant des sites touristiques, des objets considérés comme des antiquités et des attractions touristiques. Contrairement au contexte de la commodité, des équipements ou du logement, où ces adjectifs deviennent négatifs.

Le cas des adjectifs *ancien* et *vieux* peut être considéré comme un stéréotype de pensée du discours touristique.

### **(iii) Chaud et froid**

Nous observons que les adjectifs chaud et froid indiquent parfois une différence dans les stéréotypes de pensée. Au sens général, ces adjectifs sont utilisés pour décrire l'état ou la température. Toutefois, ils apparaissent aussi portant une nuance de l'axiologie et reposant sur un stéréotype de pensée différent.

(7) Le pays fait également partie des destinations privilégiées de plongée en raison de ses eaux *chaudes* (28 °C en haute saison) avec une bonne visibilité en dehors de la mousson (...) (Auzias & Labourdette, 2011, p. 12)

(8) On doit évidemment se préparer à avoir *chaud*, à devoir lutter sur les trottoirs, batailler pour parvenir à traverser même sur un passage piéton (...) (Auzias & Labourdette, 2011, p. 111)

(9) De plus, une grande retenue offre une piscine naturelle où l'on peut se baigner. Allez-y avec précaution, l'eau est vraiment *froide*. (Auzias & Labourdette, 2011, p. 355)

Les adjectifs *chaud* dans les exemples (7) et (8) se réfèrent à la température en énonçant une nuance de l'axiologie. La différence entre ces deux exemples est que *chaud* (7) évalue positivement la température de la mer tandis que *chaud* (8) dénote négativement la température de l'air. Dans l'exemple (9), l'auteur juge négativement la température de l'eau en utilisant l'adjectif *froide*.

En nous appuyant sur le contexte, nous concluons que la mer chaude est favorable pour les lecteurs francophones alors que l'air chaud est défavorable. Évidemment, on ne distingue jamais la mer chaude ni la mer froide en langue thaïe : ces mots n'existent pas. Pour parler de la mer, les Thaïlandais appellent simplement *น้ำ* [tāe] qui signifie la mer ; il n'y a ni chaud ni froid intégré dans le sens de ce mot.

L'ensemble permet de conclure que les adjectifs *chaud* et *froid* ne portent pas intrinsèquement une valeur positive ou négative. Pour connaître la polarité de ceux-ci, il faut consulter le contexte.

#### (iv) *Propice, exotique et étonnant*

Nous avons repéré quelques adjectifs axiologiques dénotant des cibles qui appartiennent à la culture « regardée » par rapport à la culture « regardante » : *propice*, *exotique* et *étonnant*.

Il existe également des superstitions associées aux nombres. Les Thaïs considèrent le chiffre 9 ou kao *propice* car le mot est l'homophone de kao « faire un pas en avant ou avancer ». (Senawong, 2007, p. 20)

L'adjectif *propice* montre qu'une partie des Thaïlandais croient aux superstitions. Ces adjectifs dénotent le chiffre 9 qui est considéré comme un chiffre apprécié qui apporte du bonheur à la vie. Ceci représente une image sociale de la culture thaïlandaise.

Le chevalier de Chaumont fut le premier hôte du Dusit Maha Prasat (la salle d'audience) doté, grâce à Louis XIV, d'une très *exotique* galerie des glaces (l'emplacement des miroirs est encore visible). (Le Diraison, 2011, p. 125)

Baraques à nouilles et cuisines ambulantes aux saveurs *exotiques* autour de la gare routière. (Le Diraison, 2011, p. 224)

L'adjectif *exotique* apporte une difficulté pour définir la polarité du jugement. Il représente une valeur positive ou négative mais il est possible que cet adjectif soit ambigu. Le premier exemple montre que l'adjectif *exotique* est présent dans un contexte se référant au contexte occidental ; *exotique* dénote *galerie des glaces* qui est considéré comme un



objet *exotique* pour la culture « regardée ». La polarité de l'adjectif *exotique* dans le premier exemple est plutôt positive. En revanche, *exotique* dans le deuxième exemple juge les saveurs de la nourriture du point de vue de l'énonciateur français. Selon le contexte, nous ne pouvons définitivement pas juger la polarité de cet adjectif.

De surcroît, nous remarquons un adjectif qui est directement lié au stéréotype de pensée : l'adjectif *étonnant*.

Alors que les hommes sont vêtus de chemises et pantalons en coton de couleurs sombres, similaires aux autres Sharn et Karen, les femmes sont célèbres pour l'*étonnant* collier de cuivre à 20 ou 25 anneaux qu'elles portent autour du cou. (Perve et al., 2005, p. 268)

Dans l'exemple ci-dessus, *étonnant* est utilisé pour évaluer le collier de cuivre à nombreux anneaux que les femmes Sharn et Karen portent autour du cou. Du point de vue de la culture « regardante », l'adjectif *étonnant* présente plutôt l'aspect négatif de l'énonciateur. Il est probablement négatif aussi dans la culture thaïlandaise qui est considérée comme culture « regardée ».

#### (v) *Royal et la positivité*

Nous prévenons d'abord que l'adjectif *royal* n'est pas inclus dans la liste des adjectifs axiologiques considérés comme l'objet d'étude de notre travail. Néanmoins, cet adjectif est vraiment intéressant du point de vue culturel surtout pour la culture de la Thaïlande, un pays où le peuple vit toujours sous le régime et dans la perspective de la monarchie constitutionnelle.

Le premier sens du mot *royal* renvoie apparemment au roi ou à la monarchie ; son sens deviendrait parfois négatif selon le contexte politique ou social de chaque société. Pourtant, il définit souvent la beauté, la délicatesse, la gloire dans le contexte touristique ; il s'agit du caractère positif d'un objet dénoté. Ce sens correspond à la définition existant dans le Petit Robert en ligne (2014) qui explique que :

Digne d'un roi; majestueux, grandiose, magnifique. Magnificence royale. Un pourboire royal. C'est royal ! Désigne certaines races ou variétés d'animaux ou de végétaux remarquables par leur taille ou leur beauté. Tigre royal. Perroquet royal du Brésil.

Nous trouvons ci-dessous quelques exemples dans notre corpus :

Il est de tradition sous le règne actuel d'organiser des processions de barges *royales*

quand sa Majesté le Roi se rend à Wat Arun Ratchawararam pour présenter des robes aux moines à la fin de la saison des pluies. (Senawong, 2007, p. 135)

Une cuisine *royale*!

Parfumée, légère et raffinée, la cuisine thaïe est aujourd'hui unanimement reconnue comme l'une des meilleures cuisines du monde. Jadis réservés aux rois, ses plats les plus délicats sont désormais accessibles à toutes les papilles... (Le Diraison, 2011, p. 34)

Selon l'exemple, *la cuisine royale* est considérée comme une cuisine délicate, savoureuse et unique, s'opposant à la cuisine banale ou simple. Alors que le groupe nominal *des processions de barges royales* présente l'image grandiose de barges par rapport aux barges trouvées quotidiennement.

En général, l'adjectif *royal* pourra définir simplement la qualité d'une propriété. Par exemple, le palais royal ou la famille royale qui ne renvoient qu'à l'origine de ce *palais* et à cette *famille* : le palais du roi et la famille du roi. Toutefois, nous constatons que l'adjectif *royal* existant dans notre corpus possède plutôt une valeur positive ; il se trouve souvent dans le contexte de la cuisine, des objets précieux, d'un lieu, etc. Ainsi, dans le contexte touristique, on pourra définir parfois l'adjectif *royal* comme adjectif positif.

Pour conclure, nous pourrions dire des adjectifs axiologiques qu'ils permettent aux lecteurs de retenir l'image sociale d'une culture « regardée » via le jugement de la valeur d'une cible de l'évaluation faite par l'énonciateur. En effet, cette image, considérée aussi comme une représentation sociale ou culturelle, devient ensuite le stéréotype de pensée dénotant la culture d'ailleurs.

## Chapitre 5 – Conclusion

### *I. Conclusion*

L'étude présentée porte sur l'extraction des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques et sur la catégorisation de ceux-ci en polarité négative/positive et dans les catégories correspondant à leur sens. Elle s'inscrit dans le domaine sémantique lexical. Deux outils du traitement automatique des langues (TAL) sont utilisés dans notre travail : l'un, l'outil *AnaText* qui permet d'analyser le statut général de notre corpus et d'extraire des adjectifs ainsi que la fréquence de ceux-ci ; l'autre, l'outil *NooJ*, utilisé pour annoter les adjectifs axiologiques en contexte.

Une de nos hypothèses porte sur le fait que les adjectifs axiologiques sont les plus fréquents dans les ouvrages touristiques. Le résultat de notre étude confirme nos hypothèses préliminaires : **les adjectifs axiologiques positifs sont présents le plus souvent dans le discours touristique**. Selon le filtrage et l'annotation, nous remarquons que les adjectifs *bon, beau, possible, agréable, cher, meilleur, simple, intéressant, excellent et accessible* sont les adjectifs les plus souvent utilisés. Par exemple *une très bonne expérience du monde extérieur ; de belles peintures murales vieilles de 300 ans ; transferts également possible ; l'accueil est très agréable ; le meilleur rapport qualité-prix ; quelques établissements simples mais accueillants ; une visite est tout à fait intéressante ; un excellent spa ; une qualité de vie accessible*.

La plupart de ceux-ci portent une valeur intrinsèquement positive sauf l'adjectif *simple* qui réside dans les deux polarités : il est ambigu. Ceci permet de conclure que, **dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande, les auteurs emploient majoritairement les adjectifs intrinsèquement axiologiques portant la valeur positive**.

La deuxième problématique de notre travail se focalise sur la typologie des adjectifs axiologiques les plus fréquents. Les adjectifs fonctionnent majoritairement dans un énoncé pour exprimer une appréciation d'un énonciateur vers la cible. C'est-à-dire que la plupart des adjectifs appartiennent à **la catégorie de l'appréciation, en particulier la sous-catégorie de la réaction qualité**. Ils tentent d'évaluer positivement la qualité d'une cible tels que des sites touristiques naturels et culturels, le logement, le prix, etc. comme par exemple : *des établissements de charme et assez chics ; son climat et ses magnifiques paysages ; cette architecture délicate*.

Quant à la catégorie la moins fréquente, il s'agit de l'*affect*. En outre, nous ne trouvons **aucun adjectif axiologique appartenant à la sous-catégorie *inclination-désaffection***. Cela apporte une conclusion : les auteurs des ouvrages touristiques ne tentent pas de juger les émotions d'un être humain. Ils énoncent plutôt l'appréciation dénotant une cible. De plus, ils jugent la valeur du comportement d'un être humain et le fait en se basant sur des normes sociales.

Pour ce qui est de la pertinence du corpus, notre corpus est constitué d'ouvrages différents : deux guides touristiques et deux livres donnant des informations fondamentales sur la Thaïlande. Cependant, la fréquence relative des adjectifs axiologiques intégrés dans chaque ouvrage ne diffère pas significativement. C'est la raison pour laquelle nous les considérons comme ouvrages comparables pour l'analyse sémantique des adjectifs axiologiques.

En effet, *Le Petit Futé Thaïlande* et *Guide Évasion Thaïlande* sont les ouvrages proposant la plus grande proportion d'adjectifs axiologiques comparés aux ouvrages intitulés *Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et cultures* et *Réponses à toutes vos questions sur la Thaïlande*. Bien évidemment, les guides touristiques ont plus l'intention de juger la valeur des entités que les livres donnant les informations fondamentales sur la destination.

En ce qui concerne les stéréotypes de pensée, nous avons trouvé certains adjectifs axiologiques dénotant la cible liée à une différence entre la culture « regardante » et « regardée » : *poli* et *impoli* ; *étonnant*, *exotique* et *propice* ; *chaud* et *froid*, *ancien* et *vieux*, *royal* et *la positivité*. L'approfondissement d'une analyse qualitative des stéréotypes de pensée permet d'illustrer une image sociale d'une culture de la destination via une représentation sociale présente dans des ouvrages touristiques.

Notre analyse apporte aussi une petite remarque sur l'axiologie : l'éthique et l'esthétique. Il est vrai que chaque société juge différemment la valeur axiologique surtout la valeur esthétique par exemple la peau bronzée est jugée défavorable pour les Thaïlandais. Ainsi, le blanchiment de la peau devient très populaire parmi les jeunes thaïlandais, surtout les jeunes filles. Au contraire, en France, des crèmes solaires pour faciliter le bronzage sont beaucoup présentes dans les rayons des produits cosmétiques.

Néanmoins, nous considérons que les adjectifs axiologiques nous amènent à trouver l'esthétique commune de la cible d'une évaluation dans le discours touristique tels que *la plage magnifique*, *le sable fin*, *eaux claires*, *la mer chaude*, *la baie calme* etc. La répétition

de ces passages évaluatifs axiologiques deviendra probablement le stéréotype, ou l'idée conventionnelle, de l'esthétique du discours touristique.

## II. Problèmes et propositions

Un autre enjeu de notre étude porte sur la désambiguïsation des adjectifs ambigus et à la mise en évidence des adjectifs qui portent la valeur axiologique seulement en contexte. Cela a pour but d'élaborer une ressource lexicale des adjectifs axiologiques présents dans les discours touristiques.

Nous avons identifié quelques difficultés au cours de notre étude. **Le premier problème** concerne l'identification de la catégorie des adjectifs axiologiques.

Pendant l'étape de la catégorisation des adjectifs axiologiques, nous nous sommes heurtés au problème de la distinction des différences entre les sous-catégories de l'*attitude* de l'*Appraisal* (Martin et White, 2005). Parfois, un adjectif polysémique appartient à des catégories différentes. Nous avons ainsi essayé de synthétiser ce modèle dans un schéma pour mieux comprendre le concept global de cette théorie. Ainsi, à partir de la typologie de Martin et White, nous proposons le schéma ci-dessous.

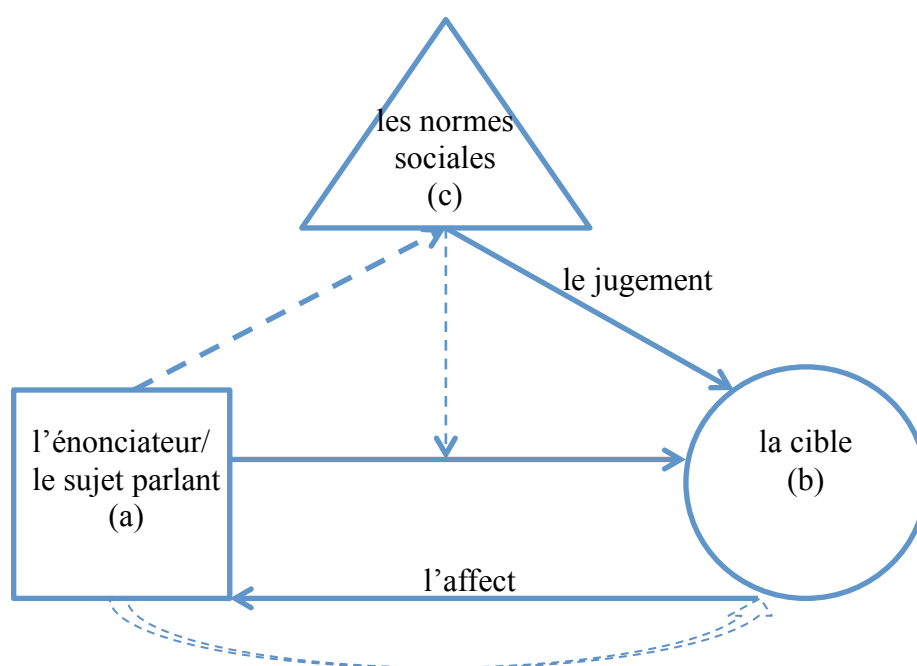


Figure 12 : Schéma élaboré à partir du modèle de l'*attitude* de l'*Appraisal*

Le processus du jugement commence par le fait que l'énonciateur/le sujet parlant (a) évalue la cible de l'évaluation (b) en consultant les normes sociales (c).

Pour la catégorie de l'appréciation, l'énonciateur/le sujet parlant (a) juge directement la cible de l'évaluation (b) selon sa propre appréciation ou dépréciation. Toutefois, il est possible que l'appréciation soit plus ou moins influencée par les normes sociales (c).

La catégorie de l'*affect* est plus compliquée que les deux catégories précédentes. L'*affect* ne possède pas de cible contrairement au *jugement* et à l'*appréciation*. Au départ, un énonciateur ou un sujet parlant (a) se focalise sur une cible (b) (sa propre pensée, un objet, un humain, un fait, etc.) qui se situe ou se déplace autour de lui. Grâce à cette cible, le sujet parlant (a) réagit à travers telles ou telles émotions.

Bien que ce schéma ne distingue pas les sous-catégories selon l'*attitude* chez Martin et White (2005), il facilite la catégorisation de manière globale. Nous souhaitons que notre schéma soit plus ou moins avantageux pour un prolongement de l'étude concernant la catégorisation des adjectifs axiologiques.

**Le deuxième problème** concerne l'élaboration de la grammaire *NooJ* pour annoter les adjectifs axiologiques ambigus. Afin de constituer la structure de la grammaire *NooJ* utilisée pour annoter les termes ciblés, il faut ajouter tous les termes dans la catégorie prévue. Nous constatons à chaque fois qu'un adjectif appartient à deux ou trois catégories et comporte parfois deux polarités. En effet, le résultat de l'annotation ne correspond pas à la catégorie et à la polarité exacte.

Nous proposons ci-dessous quelques remarques pour un prolongement de l'étude :

1. L'élaboration d'une grammaire précisément structurée et adéquate pour l'annotation des adjectifs axiologiques serait attendue.

2. Pour l'étude des adjectifs axiologiques s'intéressant spécifiquement à la cible d'une évaluation, la focalisation sur la catégorie du *jugement* et celle de l'*appréciation* seront plus adéquates puisque ces deux catégories reposent directement sur la cible. Il est évident que la catégorie de l'*affect* s'intéresse plutôt aux émotions du sujet parlant.

3. Il est intéressant d'analyser la grammaire locale des adjectifs axiologiques pour savoir dans quelle construction syntaxique les adjectifs axiologiques se trouvent. En fait, nous constatons que l'auteur utilise souvent la construction de la négation ou des unités lexicales à côté d'adjectifs positifs pour exprimer une évaluation négative vers une cible ou vice-versa : *ne...pas, moins, peu*, etc. L'annotation et l'analyse de la grammaire locale permettront de retenir la polarité exacte de ce jugement de la valeur et de savoir le stéréotype de pensée que l'énonciateur exprime en évaluant la culture « regardée ».

4. Afin d'obtenir un résultat d'annotation et de catégorisation le plus fiable possible, il vaut mieux vérifier l'annotation par au moins deux annotateurs humains compétents.

5. Pour constituer une ressource lexicale des adjectifs axiologiques plus enrichie, il faudra compter sur un corpus touristique plus riche et plus varié.

« Ni le tableau, ni l'analyse implémentée ne donnent directement l'interprétation globale de la nature évaluative ; plutôt, ils fournissent les indices discursifs généralisés nécessaires à l'interprétation « humaine », et conduisent à une factorisation des données utiles au balisage de parcours interprétatifs. » (Legallois & Ferrari, 2006, p. 62)

## Bibliographie

- Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2007). *Stéréotypes et clichés*. [Paris] : A. Colin.
- Auzias, D., & Labourdette, J.-P. (2011). *Petit Futé Thaïlande*. (S.l.) : Nouvelles Editions de l'Université.
- Bednarek, M. (2008). « An increasingly familiar tragedy » Evaluative collocation and conflation. *Functions of Language*, 15(1), 7-34. doi :10,1075/fol.15.1.03bed
- Daille, B., Monceaux, L., Vernier, M., & Dubreil, E. (n.d.). *Lexique de l'évaluation développé dans le cadre du projet Blogoscopie*. Repéré le 8 septembre 2013 à <http://www.lina.univ-nantes.fr/?Lexique-de-l-evaluation.html>
- Hunston, S., & Thompson, G. (1999). *Evaluation in text*. Oxford: Oxford University Press.
- Jackiewicz, A., Charnois, T., & Ferrari, S. (2009). Jugements d'évaluation et constituants périphériques. Actes de la 16<sup>ème</sup> conférence sur le traitement automatique des langues naturelles (TalN'09), France. Senlis, le 24 - 26 juin 2009, ATALA.
- Jean-Paul Dufiet. (2007). Problèmes interculturels de la traduction des guides touristiques (français – italien). Actes sur les enjeux de la communication interculturelle, compétence linguistique, compétence pragmatique, valeurs culturelles, le 5 - 7 juillet 2007, Montpellier, Maison des Sciences de l'Homme de Montpellier. Repéré le 15 avril 2014 à <http://www.msh-m.fr/les-editions/edition-en-ligne/actes-en-ligne/les-enjeux-de-la-communication/Problemes-interculturels-de-la>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1999). *L'énonciation de la subjectivité dans le langage* (réédition 2009) [en ligne]. Paris : Armand Colin.
- Kraif, O. (2012). *AnaText* [plateforme]. Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3. Disponible sur <http://olivier.kraif.u-grenoble3.fr/anaText/>
- Le Diraison, C. (2011). *Guide Évasion Thaïlande*. Paris : Hachette Tourisme.
- Legallois, D., & Ferrari, S. (2006). Vers une grammaire de l'évaluation des objets culturels. *Schedae*, 8(1), 57-68. Récupéré le 4 décembre 2013 à <http://www.unicaen.fr/services/puc/ecriture/preprints/preprint0082006.pdf>
- Martin, J., & White, P. (2005). *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan.
- Perve, E., Fontanellaz, A., & Perve, L. (2005). *Réponse à toutes vos questions sur la Thaïlande* (2ème édition). (S.l.) : Édition Connaissance de l'Asie.



- Pupier, P. (1998). Une première systématique des évaluateurs en français. *Revue québécoise de linguistique*, 26(1), 51-78. doi : 10.7202/603144a. Récupéré le 30 janvier 2014 à <http://id.erudit.org/iderudit/603144ar>
- Read, J., & Carroll, J. (2012). Annotating expressions of Appraisal in English. *Language Resources and Evaluation*, 46(3), 421-447. doi : 10.1007/s10579-010-9135-7. Récupéré le 1 avril 2014 à <http://link.springer.com/article/10.1007/s10579-010-9135-7>
- Schapira, C. (1999). *Les stéréotypes en français: proverbes et autres formules*. Gap : Ophrys.
- Senawong, P. (2007). *Les liens qui unissent les Thaïs, Coutumes et culture* (traduit par V. Saillard et S. Chaiprasathna). Bangkok, Thaïlande : La Section de français de la Faculté d'Archéologie de l'Université Silpakorn, l'Association Thaïlandaise des Professeurs de français et le Service de Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France en Thaïlande.
- Seoane, A. (2012). *Genre de discours et positionnements énonciatifs dans les guides touristiques: le « Guide du Routard » et le « Guide Gallimard »*. Paris : L'Harmattan.
- Silberztein, M. (2005). *NooJ*. [logiciel](S.l.) : (s.n.). Disponible sur <http://www.nooj4nlp.net>
- Tutin, A. (2010). Evaluative adjectives in academic writing in the humanities and social sciences. Dans R. Lores-Duenas, P. Mur-Duenas, & E. Lafuente-Milan (Éd.), *Constructing Interpersonality: Multiple Perspectives on Written Academic Genres*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Vernier, M. (2011). *Analyse à granularité fine de la subjectivité*. (Thèse de doctorat, Université de Nantes, spécialité informatique, Nantes. Repéré le 2 octobre 2013 à <http://archive.bu.univ-nantes.fr/pollux/show.action?id=8068ff47-02a3-44ab-af26-04f4eb2955d1>
- Zhang, L. (2012). *Analyse automatique d'opinion : problématique de l'intensité et de la négation pour l'application à un corpus journalistique*. (Thèse de doctorat, Université de Caen Basse-Normandie, spécialité Informatique et applications, Caen). Repéré le 24 mars 2014 à <http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/77/76/03/PDF/LeiZhang-these-02012013.pdf>



## Table des annexes

Annexe 1 La liste des adjectifs intégrés dans notre corpus de quatre ouvrages touristiques .....	93
Annexe 2 La catégorisation des adjectifs axiologiques basée sur l' <i>attitude</i> de l'Appraisal (Martin et White, 2005) .....	141
Annexe 3 Les adjectifs axiologiques : l'annotation et la catégorie .....	147
Annexe 4 La fréquence des adjectifs les plus fréquents : la ressource lexicale des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques .....	169
Annexe 5 La grammaire <i>NooJ</i> pour l'extraction des adjectifs axiologiques à partir du modèle de l' <i>attitude</i> de l' <i>Appraisal</i> .....	173



## Annexe 1

### La liste des adjectifs intégrés dans notre corpus de quatre ouvrages touristiques

\*FQA : fréquence absolue des adjectifs, FQR : fréquence relative des adjectifs

N°	T1			T2			T3			T4		
	Adjectifs	2051	32879	Adjectifs	5036	67531	Adjectifs	9370	127570	Adjectifs	15154	204566
		FQA	FQR		FQA	FQR		FQA	FQR		FQA	FQR
1	autre	86	0,26%	nombreux	125	0,19%	grand	255	0,20%	petit	484	0,24%
2	royal	50	0,15%	thaïlandais	109	0,16%	petit	253	0,20%	grand	425	0,21%
3	différent	46	0,14%	autre	105	0,16%	bon	216	0,17%	bon	401	0,20%
4	nombreux	44	0,13%	petit	103	0,15%	nombreux	148	0,12%	autre	336	0,16%
5	petit	40	0,12%	grand	101	0,15%	beau	146	0,11%	beau	263	0,13%
6	grand	35	0,11%	principal	86	0,13%	autre	136	0,11%	nombreux	214	0,10%
7	populaire	35	0,11%	blanc	71	0,11%	ancien	124	0,10%	thaïlandais	204	0,10%
8	national	31	0,09%	nouveau	65	0,10%	touristique	100	0,08%	possible	189	0,09%
9	conséquent	29	0,09%	noir	61	0,09%	national	97	0,08%	local	163	0,08%
10	traditionnel	28	0,09%	important	60	0,09%	royal	93	0,07%	haut	155	0,08%
11	même	28	0,09%	rouge	57	0,08%	chinois	90	0,07%	français	153	0,07%
12	blanc	27	0,08%	général	56	0,08%	payant	80	0,06%	différent	149	0,07%
13	nouveau	27	0,08%	jeune	56	0,08%	même	80	0,06%	agréable	142	0,07%
14	vert	26	0,08%	dernier	51	0,08%	local	76	0,06%	traditionnel	135	0,07%
15	rouge	25	0,08%	traditionnel	44	0,07%	nouveau	76	0,06%	même	135	0,07%
16	bon	23	0,07%	longue	42	0,06%	traditionnel	75	0,06%	bas	134	0,07%
17	bouddhiste	22	0,07%	même	41	0,06%	khmer	73	0,06%	touristique	113	0,06%
18	bénite	21	0,06%	royal	40	0,06%	principal	71	0,06%	national	111	0,05%
19	propice	20	0,06%	religieux	40	0,06%	excellent	70	0,05%	international	108	0,05%
20	anglais	19	0,06%	national	38	0,06%	français	69	0,05%	ancien	107	0,05%
21	principal	19	0,06%	différent	38	0,06%	thaïlandais	66	0,05%	simple	106	0,05%

22	important	19	0,06%	bouddhique	36	0,05%	agréable	65	0,05%	plein	103	0,05%
23	thaïlandais	18	0,05%	vert	36	0,05%	bouddhique	61	0,05%	principal	101	0,05%
24	sacré	17	0,05%	large	33	0,05%	joli	57	0,04%	meilleur	98	0,05%
25	âgé	16	0,05%	long	32	0,05%	familial	55	0,04%	nouveau	96	0,05%
26	jeune	15	0,05%	chinois	29	0,04%	historique	54	0,04%	seul	94	0,05%
27	seul	14	0,04%	jaune	29	0,04%	moderne	50	0,04%	dernier	92	0,04%
28	longue	12	0,04%	seul	28	0,04%	meilleur	48	0,04%	historique	91	0,04%
29	dernier	12	0,04%	sacré	28	0,04%	routier	45	0,04%	juste	89	0,04%
30	haut	12	0,04%	ancien	27	0,04%	birman	44	0,03%	moderne	85	0,04%
31	noir	12	0,04%	actuel	27	0,04%	différent	44	0,03%	chaud	82	0,04%
32	supérieur	12	0,04%	linguistique	27	0,04%	siamois	43	0,03%	important	81	0,04%
33	nécessaire	11	0,03%	célèbre	26	0,04%	dernier	43	0,03%	intéressant	79	0,04%
34	bas	11	0,03%	indien	26	0,04%	plein	43	0,03%	proche	78	0,04%
35	prêt	11	0,03%	bleu	26	0,04%	anglais	42	0,03%	calme	76	0,04%
36	religieux	11	0,03%	local	24	0,04%	vieux	41	0,03%	cher	72	0,04%
37	monastique	11	0,03%	frais	23	0,03%	seul	41	0,03%	chinois	71	0,03%
38	aigre	10	0,03%	étranger	23	0,03%	populaire	41	0,03%	tranquille	71	0,03%
39	social	10	0,03%	bon	23	0,03%	utile	40	0,03%	étranger	70	0,03%
40	typique	10	0,03%	populaire	23	0,03%	commercial	40	0,03%	central	70	0,03%
41	doux	10	0,03%	court	22	0,03%	haut	40	0,03%	magnifique	68	0,03%
42	fin	9	0,03%	suivant	21	0,03%	indien	39	0,03%	accessible	67	0,03%
43	folklorique	9	0,03%	moyen	20	0,03%	religieux	37	0,03%	disponible	66	0,03%
44	frais	9	0,03%	politique	20	0,03%	intéressant	37	0,03%	large	66	0,03%
45	fort	9	0,03%	mauvais	20	0,03%	central	36	0,03%	royal	64	0,03%
46	commun	9	0,03%	présent	19	0,03%	vaste	36	0,03%	anglais	62	0,03%
47	spirituel	9	0,03%	bouddhiste	19	0,03%	accessible	34	0,03%	routier	62	0,03%
48	général	9	0,03%	birman	19	0,03%	blanc	34	0,03%	confortable	62	0,03%
49	quotidien	9	0,03%	fin	19	0,03%	jeune	34	0,03%	général	61	0,03%
50	moyen	9	0,03%	français	19	0,03%	simple	33	0,03%	divers	60	0,03%
51	local	8	0,02%	particulier	18	0,03%	propre	33	0,03%	populaire	59	0,03%
52	lunaire	8	0,02%	véritable	18	0,03%	proche	32	0,03%	gratuit	58	0,03%
53	suivant	8	0,02%	femelle	18	0,03%	confortable	32	0,03%	occidentale	57	0,03%
54	meilleur	8	0,02%	quotidien	18	0,03%	international	32	0,03%	collectif	55	0,03%
55	français	8	0,02%	siamois	18	0,03%	longue	31	0,02%	idéal	55	0,03%
56	naturel	8	0,02%	propre	18	0,03%	gratuit	30	0,02%	quotidien	53	0,03%
57	régional	7	0,02%	classique	17	0,03%	divers	29	0,02%	fameux	52	0,03%

58	droit	7	0,02%	futur	17	0,03%	sacré	29	0,02%	véritable	51	0,02%
59	classique	7	0,02%	varié	17	0,03%	calme	29	0,02%	tropical	51	0,02%
60	plat	7	0,02%	gros	16	0,02%	particulier	28	0,02%	frais	50	0,02%
61	étranger	7	0,02%	doux	16	0,02%	célèbre	28	0,02%	propre	50	0,02%
62	citron	7	0,02%	mondial	15	0,02%	important	28	0,02%	commercial	48	0,02%
63	jaune	7	0,02%	meilleur	15	0,02%	superbe	28	0,02%	joli	48	0,02%
64	extérieur	6	0,02%	européen	15	0,02%	portable	27	0,02%	longue	47	0,02%
65	musical	6	0,02%	originaire	15	0,02%	étranger	26	0,02%	vieux	47	0,02%
66	spécial	6	0,02%	rond	15	0,02%	spectaculaire	25	0,02%	francophone	47	0,02%
67	méritoire	6	0,02%	khmer	15	0,02%	vert	25	0,02%	khmer	45	0,02%
68	occidental	6	0,02%	humain	15	0,02%	montagnard	25	0,02%	jeune	45	0,02%
69	mauvais	6	0,02%	personnel	15	0,02%	fort	24	0,02%	rare	45	0,02%
70	sauté	6	0,02%	humide	14	0,02%	balnéaire	24	0,02%	classique	44	0,02%
71	touristique	6	0,02%	âgé	14	0,02%	cher	24	0,02%	excellent	44	0,02%
72	facial	6	0,02%	occidental	14	0,02%	naturel	24	0,02%	spacieux	44	0,02%
73	bleu	6	0,02%	haut	14	0,02%	classique	23	0,02%	original	43	0,02%
74	divers	6	0,02%	social	14	0,02%	sympathique	23	0,02%	asiatique	42	0,02%
75	originaire	6	0,02%	fort	13	0,02%	remarquable	22	0,02%	pratique	42	0,02%
76	cérémoniel	6	0,02%	sauvage	13	0,02%	flottant	22	0,02%	présent	41	0,02%
77	chaud	6	0,02%	monastique	13	0,02%	facile	22	0,02%	modeste	41	0,02%
78	plein	6	0,02%	simple	13	0,02%	aérien	22	0,02%	rouge	41	0,02%
79	spécifique	6	0,02%	japonais	13	0,02%	possible	22	0,02%	raisonnable	41	0,02%
80	céleste	6	0,02%	responsable	13	0,02%	rouge	22	0,02%	naturel	41	0,02%
81	culturel	5	0,02%	gauche	13	0,02%	bas	22	0,02%	ouest	40	0,02%
82	intérieur	5	0,02%	animal	13	0,02%	présent	21	0,02%	direct	40	0,02%
83	actuel	5	0,02%	masculin	13	0,02%	hindouiste	21	0,02%	bouddhiste	40	0,02%
84	carré	5	0,02%	massif	13	0,02%	libre	21	0,02%	convivial	40	0,02%
85	gauche	5	0,02%	montagnard	13	0,02%	véritable	21	0,02%	moyen	39	0,02%
86	amusant	5	0,02%	fémnin	13	0,02%	contemporain	21	0,02%	rapide	39	0,02%
87	libre	5	0,02%	anglais	12	0,02%	sud	21	0,02%	sud	39	0,02%
88	sec	5	0,02%	puissant	12	0,02%	rare	21	0,02%	clair	38	0,02%
89	médical	5	0,02%	central	12	0,02%	gros	19	0,01%	culturel	38	0,02%
90	possible	5	0,02%	international	12	0,02%	italien	19	0,01%	blanc	38	0,02%
91	attirant	5	0,02%	rare	12	0,02%	sauvage	19	0,01%	nord	37	0,02%
92	officiel	5	0,02%	naturel	12	0,02%	militaire	19	0,01%	vrai	36	0,02%
93	célèbre	5	0,02%	beau	11	0,02%	culturel	19	0,01%	fin	36	0,02%

94	long	5	0,02%	divers	11	0,02%	actuel	19	0,01%	long	35	0,02%
95	séché	5	0,02%	militaire	11	0,02%	mauvais	19	0,01%	particulier	34	0,02%
96	humain	5	0,02%	droit	11	0,02%	chaud	19	0,01%	voisin	34	0,02%
97	ancien	5	0,02%	asiatique	11	0,02%	artistique	19	0,01%	vaste	34	0,02%
98	inférieur	5	0,02%	correct	11	0,02%	quotidien	18	0,01%	ferroviaire	34	0,02%
99	ouvert	5	0,02%	carré	10	0,01%	raffiné	18	0,01%	privé	34	0,02%
100	propre	5	0,02%	rose	10	0,01%	immense	18	0,01%	mondial	33	0,02%
101	simple	5	0,02%	lourd	10	0,01%	musulman	18	0,01%	nécessaire	33	0,02%
102	rectangulaire	4	0,01%	précieux	10	0,01%	occidental	18	0,01%	vert	33	0,02%
103	guerrier	4	0,01%	sexuel	10	0,01%	charmant	17	0,01%	aérien	32	0,02%
104	impoli	4	0,01%	bas	10	0,01%	unique	17	0,01%	birman	32	0,02%
105	complet	4	0,01%	alimentaire	10	0,01%	fréquent	17	0,01%	balnéaire	32	0,02%
106	présent	4	0,01%	proche	9	0,01%	récent	17	0,01%	rustique	31	0,02%
107	agricole	4	0,01%	dense	9	0,01%	complet	16	0,01%	européen	31	0,02%
108	certain	4	0,01%	commercial	9	0,01%	ouest	16	0,01%	célèbre	31	0,02%
109	abondant	4	0,01%	gouvernemental	9	0,01%	vrai	16	0,01%	fort	31	0,02%
110	futur	4	0,01%	américain	9	0,01%	frais	16	0,01%	militaire	30	0,01%
111	mûr	4	0,01%	ovale	9	0,01%	dangereux	16	0,01%	politique	30	0,01%
112	siamois	4	0,01%	secondaire	9	0,01%	américain	16	0,01%	sympathique	30	0,01%
113	rapide	4	0,01%	nécessaire	9	0,01%	intérieur	16	0,01%	complet	29	0,01%
114	rose	4	0,01%	malais	9	0,01%	exceptionnel	16	0,01%	charmant	29	0,01%
115	ménager	4	0,01%	récent	9	0,01%	fin	16	0,01%	nocturne	28	0,01%
116	piquant	4	0,01%	supérieur	9	0,01%	délicat	16	0,01%	correct	28	0,01%
117	particulier	4	0,01%	rituel	8	0,01%	long	16	0,01%	utile	27	0,01%
118	précieux	4	0,01%	dramatique	8	0,01%	malais	16	0,01%	plat	27	0,01%
119	heureux	4	0,01%	économique	8	0,01%	chic	16	0,01%	environnant	27	0,01%
120	montant	4	0,01%	plat	8	0,01%	social	16	0,01%	luxuriant	27	0,01%
121	brun	4	0,01%	gluant	8	0,01%	tranquille	16	0,01%	religieux	27	0,01%
122	métallique	4	0,01%	commun	8	0,01%	difficile	16	0,01%	régulier	26	0,01%
123	essentiel	4	0,01%	touristique	8	0,01%	direct	15	0,01%	sauvage	26	0,01%
124	joyeux	4	0,01%	adulte	8	0,01%	urbain	15	0,01%	siamois	26	0,01%
125	sèche	4	0,01%	nocturne	8	0,01%	économique	15	0,01%	double	26	0,01%
126	commercial	4	0,01%	protecteur	8	0,01%	multiple	15	0,01%	supérieur	26	0,01%
127	vif	4	0,01%	possible	8	0,01%	artisanal	15	0,01%	japonais	25	0,01%
128	artistique	4	0,01%	ethnique	8	0,01%	riche	15	0,01%	paisible	25	0,01%
129	annuel	4	0,01%	fréquent	8	0,01%	moyen	15	0,01%	entier	24	0,01%



130	disponible	3	0,01%	moderne	8	0,01%	précieux	15	0,01%	économique	24	0,01%
131	hindou	3	0,01%	faible	8	0,01%	large	15	0,01%	actuel	24	0,01%
132	caractéristique	3	0,01%	tropical	8	0,01%	général	15	0,01%	récent	24	0,01%
133	holistique	3	0,01%	chaud	8	0,01%	tropical	15	0,01%	dur	23	0,01%
134	rond	3	0,01%	strict	8	0,01%	pratique	15	0,01%	commun	23	0,01%
135	dramatique	3	0,01%	vif	8	0,01%	nord	15	0,01%	familial	23	0,01%
136	souple	3	0,01%	arboricole	8	0,01%	régulier	14	0,01%	public	23	0,01%
137	entier	3	0,01%	obligatoire	7	0,01%	nautique	14	0,01%	luxueux	23	0,01%
138	similaire	3	0,01%	brun	7	0,01%	frontière	14	0,01%	sacré	23	0,01%
139	approprié	3	0,01%	sombre	7	0,01%	profond	14	0,01%	ordinaire	23	0,01%
140	continu	3	0,01%	étroit	7	0,01%	oriental	14	0,01%	typique	23	0,01%
141	encourageant	3	0,01%	profond	7	0,01%	modeste	14	0,01%	difficile	23	0,01%
142	soprano	3	0,01%	réel	7	0,01%	maritime	14	0,01%	sportif	22	0,01%
143	courant	3	0,01%	marin	7	0,01%	noir	14	0,01%	remarquable	22	0,01%
144	mouillé	3	0,01%	riche	7	0,01%	idéal	14	0,01%	marin	22	0,01%
145	lent	3	0,01%	caractéristique	7	0,01%	privé	14	0,01%	riche	22	0,01%
146	floral	3	0,01%	immense	7	0,01%	médical	13	0,01%	intérieur	22	0,01%
147	chinois	3	0,01%	léger	7	0,01%	relatif	13	0,01%	incontournable	22	0,01%
148	ordinaire	3	0,01%	mâle	7	0,01%	européen	13	0,01%	superbe	22	0,01%
149	vrai	3	0,01%	spirituel	7	0,01%	luxueux	13	0,01%	régional	21	0,01%
150	européen	3	0,01%	ancestral	7	0,01%	monastique	13	0,01%	authentique	21	0,01%
151	facile	3	0,01%	grave	7	0,01%	originaire	13	0,01%	express	21	0,01%
152	matinal	3	0,01%	variable	7	0,01%	juste	13	0,01%	préférable	21	0,01%
153	neuf	3	0,01%	inférieur	7	0,01%	impressionnant	13	0,01%	moindre	21	0,01%
154	gluant	3	0,01%	artistique	7	0,01%	politique	13	0,01%	américain	21	0,01%
155	laqué	3	0,01%	armé	7	0,01%	correct	13	0,01%	gauche	21	0,01%
156	varié	3	0,01%	privé	7	0,01%	entier	12	0,01%	précieux	21	0,01%
157	central	3	0,01%	libre	6	0,01%	exquis	12	0,01%	musulman	21	0,01%
158	beau	3	0,01%	civil	6	0,01%	individuel	12	0,01%	sûr	21	0,01%
159	proche	3	0,01%	physique	6	0,01%	marin	12	0,01%	abordable	21	0,01%
160	parent	3	0,01%	vieux	6	0,01%	asiatique	12	0,01%	neuf	20	0,01%
161	souffrant	3	0,01%	savoureux	6	0,01%	original	12	0,01%	sous-marine	20	0,01%
162	femelle	3	0,01%	susceptible	6	0,01%	ethnique	12	0,01%	officiel	20	0,01%
163	cuit	3	0,01%	terrestre	6	0,01%	varié	12	0,01%	bleu	20	0,01%
164	subtil	3	0,01%	forestier	6	0,01%	humain	12	0,01%	net	20	0,01%
165	frontal	3	0,01%	actif	6	0,01%	pittoresque	12	0,01%	certain	19	0,01%

166	thérapeutique	3	0,01%	mobile	6	0,01%	jaune	12	0,01%	discret	19	0,01%
167	brut	3	0,01%	capable	6	0,01%	doré	12	0,01%	réel	19	0,01%
168	alimentaire	3	0,01%	froid	6	0,01%	régional	11	0,01%	impressionnant	19	0,01%
169	favori	3	0,01%	similaire	6	0,01%	mondial	11	0,01%	musical	19	0,01%
170	moderne	3	0,01%	officiel	6	0,01%	majeur	11	0,01%	suivant	19	0,01%
171	descendant	3	0,01%	nommé	6	0,01%	indispensable	11	0,01%	maritime	19	0,01%
172	artisanal	3	0,01%	violent	6	0,01%	âgé	11	0,01%	grave	19	0,01%
173	épais	3	0,01%	magnifique	6	0,01%	élégant	11	0,01%	extrême	19	0,01%
174	difficile	3	0,01%	pali	6	0,01%	magique	11	0,01%	bouddhique	18	0,01%
175	capable	3	0,01%	historique	6	0,01%	discret	11	0,01%	hôtelier	18	0,01%
176	rare	3	0,01%	victorieux	6	0,01%	nocturne	11	0,01%	court	18	0,01%
177	birman	3	0,01%	issu	6	0,01%	gauche	11	0,01%	jaune	18	0,01%
178	tendre	3	0,01%	plein	6	0,01%	rapide	11	0,01%	libre	17	0,01%
179	double	3	0,01%	propice	5	0,01%	heureux	11	0,01%	savoureux	17	0,01%
180	cérémonial	3	0,01%	chrétien	5	0,01%	prestigieux	11	0,01%	italien	17	0,01%
181	lisse	3	0,01%	mou	5	0,01%	étrange	11	0,01%	facile	17	0,01%
182	standard	3	0,01%	efficace	5	0,01%	theravada	11	0,01%	indien	17	0,01%
183	triple	3	0,01%	certain	5	0,01%	curieux	11	0,01%	forestier	17	0,01%
184	artisan	3	0,01%	pauvre	5	0,01%	doux	11	0,01%	délicieux	17	0,01%
185	féminin	3	0,01%	direct	5	0,01%	certain	10	0,01%	éventuel	17	0,01%
186	ovale	3	0,01%	reptile	5	0,01%	spécial	10	0,01%	responsable	17	0,01%
187	fidèle	2	0,01%	majoritaire	5	0,01%	rustique	10	0,01%	fréquent	17	0,01%
188	permanent	2	0,01%	novice	5	0,01%	public	10	0,01%	ouvert	17	0,01%
189	inoxydable	2	0,01%	total	5	0,01%	étonnant	10	0,01%	accueillant	17	0,01%
190	communautaire	2	0,01%	magique	5	0,01%	faux	10	0,01%	bancaire	17	0,01%
191	électrique	2	0,01%	fameux	5	0,01%	gracieux	10	0,01%	gros	16	0,01%
192	mural	2	0,01%	mammifère	5	0,01%	sérieux	10	0,01%	majeur	16	0,01%
193	familier	2	0,01%	éventuel	5	0,01%	hôtelier	10	0,01%	impeccable	16	0,01%
194	solide	2	0,01%	cultivé	5	0,01%	initial	10	0,01%	étroit	16	0,01%
195	fascinant	2	0,01%	conjugal	5	0,01%	magnifique	10	0,01%	exceptionnel	16	0,01%
196	souriant	2	0,01%	tribal	5	0,01%	subtil	10	0,01%	pourvu	16	0,01%
197	fonctionnel	2	0,01%	indépendant	5	0,01%	dominant	10	0,01%	rocheux	16	0,01%
198	nouille	2	0,01%	excellent	5	0,01%	ouvert	10	0,01%	exotique	15	0,01%
199	japonais	2	0,01%	rectangulaire	5	0,01%	personnel	10	0,01%	sud-ouest	15	0,01%
200	régulier	2	0,01%	culturel	5	0,01%	intime	9	0,01%	médical	15	0,01%
201	vestimentaire	2	0,01%	intérieur	5	0,01%	contraire	9	0,01%	téléphonique	15	0,01%

202	gros	2	0,01%	publique	5	0,01%	fixe	9	0,01%	distinct	15	0,01%
203	humide	2	0,01%	noble	5	0,01%	nul	9	0,01%	live	15	0,01%
204	convenable	2	0,01%	quels	5	0,01%	neuf	9	0,01%	promotionnel	14	0,01%
205	immortel	2	0,01%	cinquième	5	0,01%	secret	9	0,01%	envisageable	14	0,01%
206	mutuel	2	0,01%	huppé	5	0,01%	étroit	9	0,01%	profond	14	0,01%
207	indispensable	2	0,01%	technique	5	0,01%	sèche	9	0,01%	attractif	14	0,01%
208	superstitieux	2	0,01%	malade	5	0,01%	antérieur	9	0,01%	côtier	14	0,01%
209	animal	2	0,01%	extrême	5	0,01%	voisin	9	0,01%	unique	14	0,01%
210	normal	2	0,01%	épais	5	0,01%	laotien	9	0,01%	architectural	14	0,01%
211	reconnaissant	2	0,01%	difficile	5	0,01%	gigantesque	9	0,01%	provincial	14	0,01%
212	grillé	2	0,01%	intermédiaire	5	0,01%	pur	9	0,01%	mauvais	14	0,01%
213	pipal	2	0,01%	double	5	0,01%	léger	9	0,01%	malais	14	0,01%
214	fondamental	2	0,01%	législatif	4	0,01%	luxuriant	9	0,01%	intermédiaire	14	0,01%
215	écrasé	2	0,01%	vertical	4	0,01%	officiel	9	0,01%	romantique	13	0,01%
216	surnaturel	2	0,01%	complet	4	0,01%	mythique	9	0,01%	total	13	0,01%
217	bilingue	2	0,01%	agricole	4	0,01%	sensible	9	0,01%	inutile	13	0,01%
218	sérieux	2	0,01%	effectif	4	0,01%	raisonnable	9	0,01%	verdoyant	13	0,01%
219	huitième	2	0,01%	médical	4	0,01%	splendide	9	0,01%	sérieux	13	0,01%
220	ustensile	2	0,01%	dur	4	0,01%	spacieux	9	0,01%	noir	13	0,01%
221	distinct	2	0,01%	constitutionnel	4	0,01%	supérieur	9	0,01%	végétarien	13	0,01%
222	mâle	2	0,01%	fondamental	4	0,01%	standard	9	0,01%	aléatoire	13	0,01%
223	illégal	2	0,01%	venu	4	0,01%	net	9	0,01%	professionnel	13	0,01%
224	large	2	0,01%	marécageux	4	0,01%	mural	8	0,01%	législatif	12	0,01%
225	étincelant	2	0,01%	universel	4	0,01%	authentique	8	0,01%	désert	12	0,01%
226	fermé	2	0,01%	saint	4	0,01%	pauvre	8	0,01%	indispensable	12	0,01%
227	ethnique	2	0,01%	clair	4	0,01%	civil	8	0,01%	civil	12	0,01%
228	violet	2	0,01%	familial	4	0,01%	savoureux	8	0,01%	irréprochable	12	0,01%
229	anti-flatulent	2	0,01%	aérien	4	0,01%	romantique	8	0,01%	habituel	12	0,01%
230	frit	2	0,01%	étonnant	4	0,01%	collectif	8	0,01%	appétissant	12	0,01%
231	clair	2	0,01%	cambodgien	4	0,01%	terrestre	8	0,01%	avantageux	12	0,01%
232	lumineux	2	0,01%	lu	4	0,01%	bouddhiste	8	0,01%	immédiat	12	0,01%
233	concis	2	0,01%	culinaire	4	0,01%	menu	8	0,01%	spécifique	12	0,01%
234	pali	2	0,01%	antérieur	4	0,01%	avantageux	8	0,01%	extérieur	12	0,01%
235	fiable	2	0,01%	primordial	4	0,01%	spécifique	8	0,01%	vietnamien	12	0,01%
236	correct	2	0,01%	gris	4	0,01%	caractéristique	8	0,01%	léger	12	0,01%
237	toxique	2	0,01%	spectaculaire	4	0,01%	extérieur	8	0,01%	visible	12	0,01%

238	magique	2	0,01%	annuel	4	0,01%	calcaire	8	0,01%	perpendiculaire	12	0,01%
239	séniors	2	0,01%	quelles	4	0,01%	inutile	8	0,01%	social	12	0,01%
240	public	2	0,01%	nippon	4	0,01%	architectural	8	0,01%	technique	12	0,01%
241	scolaire	2	0,01%	extérieur	4	0,01%	responsable	8	0,01%	payant	12	0,01%
242	fantaisiste	2	0,01%	vietnamien	4	0,01%	rural	8	0,01%	commode	11	0,01%
243	faux	2	0,01%	laotien	4	0,01%	perpendiculaire	8	0,01%	efficace	11	0,01%
244	faible	2	0,01%	complexe	4	0,01%	prudent	8	0,01%	frontière	11	0,01%
245	profond	2	0,01%	souple	4	0,01%	végétarien	8	0,01%	acceptable	11	0,01%
246	vivant	2	0,01%	abondant	4	0,01%	live	8	0,01%	sympa	11	0,01%
247	décroissant	2	0,01%	musical	4	0,01%	sûr	8	0,01%	contemporain	11	0,01%
248	mobile	2	0,01%	sec	4	0,01%	féminin	8	0,01%	froid	11	0,01%
249	adulte	2	0,01%	brillant	4	0,01%	sportif	7	0,01%	spectaculaire	11	0,01%
250	dépendant	2	0,01%	coton	4	0,01%	exotique	7	0,01%	archéologique	11	0,01%
251	néгатif	2	0,01%	précédent	4	0,01%	colossal	7	0,01%	frontalier	11	0,01%
252	interne	2	0,01%	rural	4	0,01%	agricole	7	0,01%	oriental	11	0,01%
253	verse	2	0,01%	offensif	4	0,01%	reposant	7	0,01%	calcaire	11	0,01%
254	indique	2	0,01%	domestique	4	0,01%	constant	7	0,01%	futur	11	0,01%
255	idéal	2	0,01%	gai	4	0,01%	croissant	7	0,01%	immense	11	0,01%
256	lourd	2	0,01%	mythique	4	0,01%	plat	7	0,01%	courant	11	0,01%
257	froid	2	0,01%	géométrique	4	0,01%	marchand	7	0,01%	impossible	11	0,01%
258	poli	2	0,01%	proéminent	4	0,01%	capital	7	0,01%	géographique	11	0,01%
259	indépendant	2	0,01%	favorable	4	0,01%	industriel	7	0,01%	basique	10	0,00%
260	professionnel	2	0,01%	végétal	4	0,01%	sinueux	7	0,01%	stratégique	10	0,00%
261	sûr	2	0,01%	géographique	4	0,01%	décoratif	7	0,01%	nautique	10	0,00%
262	privé	2	0,01%	animiste	4	0,01%	indépendant	7	0,01%	raffiné	10	0,00%
263	martial	2	0,01%	bouillant	4	0,01%	disponible	7	0,01%	sèche	10	0,00%
264	céramique	2	0,01%	vaste	4	0,01%	japonais	7	0,01%	horaire	10	0,00%
265	supplémentaire	2	0,01%	carnivore	4	0,01%	droit	7	0,01%	parallèle	10	0,00%
266	compatible	1	0,00%	vivant	4	0,01%	nécessaire	7	0,01%	droit	10	0,00%
267	sincère	1	0,00%	éducatif	4	0,01%	provincial	7	0,01%	sec	10	0,00%
268	encaissé	1	0,00%	ouvert	4	0,01%	impossible	7	0,01%	folklorique	10	0,00%
269	usagé	1	0,00%	jaunâtre	4	0,01%	préférentiel	7	0,01%	mythique	10	0,00%
270	formé	1	0,00%	doré	4	0,01%	spirituel	7	0,01%	systématique	10	0,00%
271	conique	1	0,00%	professionnel	4	0,01%	insolite	7	0,01%	matériel	10	0,00%
272	salé	1	0,00%	transparent	4	0,01%	bénéfique	7	0,01%	montagneux	10	0,00%
273	unique	1	0,00%	britannique	4	0,01%	bleu	7	0,01%	maximum	10	0,00%

274	carminatif	1	0,00%	fidèle	3	0,00%	ferroviaire	7	0,01%	humain	10	0,00%
275	XVIIIème	1	0,00%	hindou	3	0,00%	technique	7	0,01%	dynamique	10	0,00%
276	interculturel	1	0,00%	énergétique	3	0,00%	extrême	7	0,01%	personnel	10	0,00%
277	orange	1	0,00%	remarquable	3	0,00%	ultime	7	0,01%	artistique	10	0,00%
278	précis	1	0,00%	caduque	3	0,00%	propice	6	0,00%	standard	10	0,00%
279	gracieux	1	0,00%	creux	3	0,00%	égal	6	0,00%	aimable	10	0,00%
280	anti-microbien	1	0,00%	nationaliste	3	0,00%	guerrier	6	0,00%	hindou	9	0,00%
281	audacieux	1	0,00%	majeur	3	0,00%	fascinant	6	0,00%	conditionné	9	0,00%
282	exact	1	0,00%	anniversaire	3	0,00%	sobre	6	0,00%	modique	9	0,00%
283	réaliste	1	0,00%	entier	3	0,00%	impératif	6	0,00%	innombrable	9	0,00%
284	sensoriel	1	0,00%	identique	3	0,00%	glutineux	6	0,00%	constitutionnel	9	0,00%
285	villageois	1	0,00%	exécutif	3	0,00%	souterrain	6	0,00%	spécial	9	0,00%
286	osé	1	0,00%	communiste	3	0,00%	dur	6	0,00%	réputé	9	0,00%
287	publique	1	0,00%	successif	3	0,00%	emblématique	6	0,00%	cambodgien	9	0,00%
288	trompeur	1	0,00%	utile	3	0,00%	honnête	6	0,00%	turquoise	9	0,00%
289	utilisable	1	0,00%	réticulé	3	0,00%	gastronomique	6	0,00%	indépendant	9	0,00%
290	terrible	1	0,00%	frontière	3	0,00%	susceptible	6	0,00%	panoramique	9	0,00%
291	charitable	1	0,00%	énorme	3	0,00%	laqué	6	0,00%	deluxe	9	0,00%
292	vertical	1	0,00%	prospère	3	0,00%	commun	6	0,00%	supplémentaire	9	0,00%
293	rétractable	1	0,00%	marron	3	0,00%	impeccable	6	0,00%	parfait	9	0,00%
294	noble	1	0,00%	violet	3	0,00%	lacustre	6	0,00%	exact	9	0,00%
295	verbal	1	0,00%	beige	3	0,00%	fameux	6	0,00%	laotien	9	0,00%
296	tonal	1	0,00%	neuf	3	0,00%	cambodgien	6	0,00%	1re	9	0,00%
297	voisin	1	0,00%	indo-chinois	3	0,00%	actif	6	0,00%	compétitif	9	0,00%
298	volant	1	0,00%	financier	3	0,00%	froid	6	0,00%	lent	9	0,00%
299	floraux	1	0,00%	notable	3	0,00%	bref	6	0,00%	bénéficiaire	9	0,00%
300	sino-tibétaines	1	0,00%	princier	3	0,00%	colonial	6	0,00%	ferré	9	0,00%
301	architectural	1	0,00%	cylindrique	3	0,00%	triste	6	0,00%	valable	9	0,00%
302	fini	1	0,00%	favori	3	0,00%	francophone	6	0,00%	internet	9	0,00%
303	dédaigneux	1	0,00%	anti-aérien	3	0,00%	parfait	6	0,00%	indicatif	9	0,00%
304	secondaire	1	0,00%	anthropomorphe	3	0,00%	archéologique	6	0,00%	curieux	9	0,00%
305	responsable	1	0,00%	sèche	3	0,00%	Sud	6	0,00%	faible	9	0,00%
306	aromatique	1	0,00%	industriel	3	0,00%	vietnamien	6	0,00%	évident	9	0,00%
307	complexe	1	0,00%	osseux	3	0,00%	complexe	6	0,00%	distant	9	0,00%
308	efficace	1	0,00%	colonial	3	0,00%	corallien	6	0,00%	montagnard	9	0,00%
309	béni	1	0,00%	progressif	3	0,00%	visible	6	0,00%	doux	9	0,00%

310	natal	1	0,00%	parfait	3	0,00%	ordinaire	6	0,00%	physique	8	0,00%
311	pacifique	1	0,00%	bicorne	3	0,00%	puissant	6	0,00%	conséquent	8	0,00%
312	morose	1	0,00%	spécifique	3	0,00%	ferré	6	0,00%	venu	8	0,00%
313	insincère	1	0,00%	salé	3	0,00%	environnemental	6	0,00%	flottant	8	0,00%
314	cuisiné	1	0,00%	unique	3	0,00%	masculin	6	0,00%	serviable	8	0,00%
315	démodé	1	0,00%	disponible	3	0,00%	bruyant	6	0,00%	relatif	8	0,00%
316	anniversaire	1	0,00%	volontaire	3	0,00%	surprenant	6	0,00%	honnête	8	0,00%
317	nouveux	1	0,00%	précis	3	0,00%	bienveillant	6	0,00%	énorme	8	0,00%
318	respiratoire	1	0,00%	impressionnant	3	0,00%	grave	6	0,00%	terrestre	8	0,00%
319	métrique	1	0,00%	originel	3	0,00%	court	6	0,00%	fiable	8	0,00%
320	stupide	1	0,00%	communautaire	3	0,00%	inférieur	6	0,00%	essentiel	8	0,00%
321	inhumain	1	0,00%	électrique	3	0,00%	môn	6	0,00%	allemand	8	0,00%
322	vulgaire	1	0,00%	terrible	3	0,00%	vif	6	0,00%	nord-est	8	0,00%
323	gentil	1	0,00%	résistant	3	0,00%	bancaire	6	0,00%	dangereux	8	0,00%
324	humoristique	1	0,00%	touffu	3	0,00%	somptueux	6	0,00%	aisé	8	0,00%
325	tabou	1	0,00%	prune	3	0,00%	considérable	5	0,00%	électrique	8	0,00%
326	asiatique	1	0,00%	charnu	3	0,00%	pire	5	0,00%	souriant	8	0,00%
327	fâcheux	1	0,00%	voisin	3	0,00%	audacieux	5	0,00%	abondant	8	0,00%
328	sanitaire	1	0,00%	volant	3	0,00%	équitable	5	0,00%	attendant	8	0,00%
329	fixe	1	0,00%	acrobatique	3	0,00%	héroïque	5	0,00%	inhabité	8	0,00%
330	fabuleux	1	0,00%	accessible	3	0,00%	désert	5	0,00%	précédent	8	0,00%
331	pointu	1	0,00%	rougeâtre	3	0,00%	karens	5	0,00%	portable	8	0,00%
332	austère	1	0,00%	pointu	3	0,00%	efficace	5	0,00%	varié	8	0,00%
333	vertueux	1	0,00%	original	3	0,00%	pacifique	5	0,00%	nostalgique	8	0,00%
334	assis	1	0,00%	normal	3	0,00%	résidentiel	5	0,00%	bruyant	8	0,00%
335	inacceptable	1	0,00%	pur	3	0,00%	communiste	5	0,00%	minoritaire	8	0,00%
336	mal	1	0,00%	visible	3	0,00%	rose	5	0,00%	splendide	8	0,00%
337	horizontal	1	0,00%	luxuriant	3	0,00%	obligatoire	5	0,00%	suffisant	8	0,00%
338	distrayant	1	0,00%	copieux	3	0,00%	monumental	5	0,00%	thai	8	0,00%
339	embarrassant	1	0,00%	chauve	3	0,00%	symbolique	5	0,00%	propice	7	0,00%
340	appelé	1	0,00%	distinct	3	0,00%	acceptable	5	0,00%	sobre	7	0,00%
341	final	1	0,00%	impur	3	0,00%	synthétique	5	0,00%	chaleureux	7	0,00%
342	sacro-saint	1	0,00%	délicat	3	0,00%	habituel	5	0,00%	souterrain	7	0,00%
343	nord	1	0,00%	préventif	3	0,00%	temporaire	5	0,00%	résidentiel	7	0,00%
344	disgracieux	1	0,00%	mécontent	3	0,00%	sociétale	5	0,00%	hindouiste	7	0,00%
345	mécanique	1	0,00%	grisâtre	3	0,00%	accessoire	5	0,00%	successif	7	0,00%

346	léger	1	0,00%	matériel	3	0,00%	dense	5	0,00%	immanquable	7	0,00%
347	dur	1	0,00%	géologique	3	0,00%	postal	5	0,00%	gastronomique	7	0,00%
348	physique	1	0,00%	flexible	3	0,00%	artiste	5	0,00%	pléthorique	7	0,00%
349	brillant	1	0,00%	répétitif	3	0,00%	mobile	5	0,00%	relax	7	0,00%
350	érudit	1	0,00%	semblable	3	0,00%	centenaire	5	0,00%	élégant	7	0,00%
351	diabolique	1	0,00%	dorsal	3	0,00%	moindre	5	0,00%	méditerranéen	7	0,00%
352	mensuel	1	0,00%	minoritaire	3	0,00%	frontalier	5	0,00%	gay	7	0,00%
353	forcené	1	0,00%	maritime	3	0,00%	itinéraire	5	0,00%	étonnant	7	0,00%
354	appliqué	1	0,00%	ovipare	3	0,00%	orange	5	0,00%	multiple	7	0,00%
355	formel	1	0,00%	brut	3	0,00%	parallèle	5	0,00%	postal	7	0,00%
356	talismanique	1	0,00%	vital	3	0,00%	cardinal	5	0,00%	open	7	0,00%
357	musulman	1	0,00%	potentiel	3	0,00%	frénétique	5	0,00%	actif	7	0,00%
358	solennel	1	0,00%	suprême	3	0,00%	abondant	5	0,00%	culinaire	7	0,00%
359	uni	1	0,00%	tibéto-birman	3	0,00%	soigné	5	0,00%	antérieur	7	0,00%
360	ami	1	0,00%	postérieur	3	0,00%	vieillot	5	0,00%	originaire	7	0,00%
361	demi	1	0,00%	serré	3	0,00%	mortel	5	0,00%	solaire	7	0,00%
362	rustique	1	0,00%	végétarien	3	0,00%	brillant	5	0,00%	permanent	7	0,00%
363	gustatif	1	0,00%	indochinois	3	0,00%	sexuel	5	0,00%	caractéristique	7	0,00%
364	apeuré	1	0,00%	connu	3	0,00%	autochtone	5	0,00%	privatif	7	0,00%
365	vieux	1	0,00%	martial	3	0,00%	préhistorique	5	0,00%	avenu	7	0,00%
366	utile	1	0,00%	ultime	3	0,00%	mystérieux	5	0,00%	wi-fi	7	0,00%
367	sociable	1	0,00%	pileux	2	0,00%	commerçant	5	0,00%	découvert	7	0,00%
368	passant	1	0,00%	habile	2	0,00%	animiste	5	0,00%	ethnique	7	0,00%
369	mixte	1	0,00%	régional	2	0,00%	suprême	5	0,00%	domestique	7	0,00%
370	rêche	1	0,00%	guerrier	2	0,00%	polychrome	5	0,00%	imprenable	7	0,00%
371	malchanceux	1	0,00%	intensif	2	0,00%	incontournable	5	0,00%	voyageur	7	0,00%
372	ardu	1	0,00%	mural	2	0,00%	typique	5	0,00%	massif	7	0,00%
373	savoureux	1	0,00%	rigide	2	0,00%	variable	5	0,00%	inévitabile	7	0,00%
374	penaud	1	0,00%	pâle	2	0,00%	évident	5	0,00%	épais	7	0,00%
375	luisant	1	0,00%	climatique	2	0,00%	circulaire	5	0,00%	issu	7	0,00%
376	versatile	1	0,00%	régulier	2	0,00%	intermédiaire	5	0,00%	mini	7	0,00%
377	amoureux	1	0,00%	moral	2	0,00%	inhabituel	5	0,00%	égal	6	0,00%
378	puissant	1	0,00%	généreux	2	0,00%	double	5	0,00%	rudimentaire	6	0,00%
379	vide	1	0,00%	lucratif	2	0,00%	pers	5	0,00%	variant	6	0,00%
380	relatif	1	0,00%	septième	2	0,00%	digne	5	0,00%	Ouest	6	0,00%
381	laïque	1	0,00%	hindouiste	2	0,00%	céleste	5	0,00%	identique	6	0,00%

382	pronominal	1	0,00%	indigo	2	0,00%	cinghalais	4	0,00%	pauvre	6	0,00%
383	économique	1	0,00%	horizontal	2	0,00%	ambulant	4	0,00%	limpide	6	0,00%
384	rural	1	0,00%	appelé	2	0,00%	coûteux	4	0,00%	sino-portugais	6	0,00%
385	férié	1	0,00%	mécanique	2	0,00%	humide	4	0,00%	urbain	6	0,00%
386	manche	1	0,00%	conséquent	2	0,00%	chaleureux	4	0,00%	juridique	6	0,00%
387	pliable	1	0,00%	monogame	2	0,00%	lucratif	4	0,00%	obligatoire	6	0,00%
388	hospitalier	1	0,00%	solennel	2	0,00%	express	4	0,00%	vidéo	6	0,00%
389	symbolique	1	0,00%	absolu	2	0,00%	gentil	4	0,00%	esthétique	6	0,00%
390	automatique	1	0,00%	dit	2	0,00%	annexe	4	0,00%	catholique	6	0,00%
391	anti-nauséeux	1	0,00%	bleuté	2	0,00%	débutant	4	0,00%	boisé	6	0,00%
392	sulfuré	1	0,00%	solitaire	2	0,00%	indigo	4	0,00%	dépaysant	6	0,00%
393	prospère	1	0,00%	flottant	2	0,00%	successif	4	0,00%	global	6	0,00%
394	respectif	1	0,00%	romantique	2	0,00%	stratégique	4	0,00%	temporaire	6	0,00%
395	violent	1	0,00%	fistula	2	0,00%	cristallin	4	0,00%	sombre	6	0,00%
396	couvrant	1	0,00%	ambitieux	2	0,00%	universel	4	0,00%	individuel	6	0,00%
397	khmer	1	0,00%	sino-tibétaine	2	0,00%	dentaire	4	0,00%	menu	6	0,00%
398	créatif	1	0,00%	monumental	2	0,00%	positif	4	0,00%	artisanal	6	0,00%
399	tracteur	1	0,00%	cinquante	2	0,00%	créatif	4	0,00%	inclus	6	0,00%
400	réservé	1	0,00%	constant	2	0,00%	clair	4	0,00%	automobile	6	0,00%
401	mythique	1	0,00%	muet	2	0,00%	légendaire	4	0,00%	attentif	6	0,00%
402	florissant	1	0,00%	facile	2	0,00%	forestier	4	0,00%	compétent	6	0,00%
403	médiocre	1	0,00%	archaïque	2	0,00%	durable	4	0,00%	belge	6	0,00%
404	homogène	1	0,00%	sage	2	0,00%	intense	4	0,00%	aquatique	6	0,00%
405	fait	1	0,00%	plantaire	2	0,00%	inédit	4	0,00%	orange	6	0,00%
406	certifié	1	0,00%	ovoïde	2	0,00%	inouvable	4	0,00%	solide	6	0,00%
407	électronique	1	0,00%	ainé	2	0,00%	émeraude	4	0,00%	complexe	6	0,00%
408	masculin	1	0,00%	infini	2	0,00%	semi-précieuse	4	0,00%	similaire	6	0,00%
409	honorifique	1	0,00%	censé	2	0,00%	chevronné	4	0,00%	expérimenté	6	0,00%
410	étudiant	1	0,00%	périssable	2	0,00%	poissonneux	4	0,00%	nord-ouest	6	0,00%
411	funéraire	1	0,00%	catholique	2	0,00%	réel	4	0,00%	gigantesque	6	0,00%
412	calme	1	0,00%	grec	2	0,00%	horaire	4	0,00%	normal	6	0,00%
413	odorant	1	0,00%	synthétique	2	0,00%	adulte	4	0,00%	pur	6	0,00%
414	honteux	1	0,00%	secret	2	0,00%	thématique	4	0,00%	copieux	6	0,00%
415	instructif	1	0,00%	neuvième	2	0,00%	plaisant	4	0,00%	sexuel	6	0,00%
416	sociolinguistique	1	0,00%	illustre	2	0,00%	scientifique	4	0,00%	malaisienne	6	0,00%
417	moulant	1	0,00%	édifiant	2	0,00%	annuel	4	0,00%	administratif	6	0,00%



418	intelligible	1	0,00%	féroce	2	0,00%	ravissant	4	0,00%	chic	6	0,00%
419	pertinent	1	0,00%	public	2	0,00%	nomade	4	0,00%	favorable	6	0,00%
420	administratif	1	0,00%	hybride	2	0,00%	diplomatique	4	0,00%	fréquenté	6	0,00%
421	censé	1	0,00%	temporaire	2	0,00%	harmonieux	4	0,00%	imposant	6	0,00%
422	convaincant	1	0,00%	ligneux	2	0,00%	pieux	4	0,00%	futé	6	0,00%
423	communal	1	0,00%	individuel	2	0,00%	noble	4	0,00%	alimentaire	6	0,00%
424	synthétique	1	0,00%	fessier	2	0,00%	saisonnier	4	0,00%	inexistant	6	0,00%
425	liquide	1	0,00%	irrégulier	2	0,00%	secondaire	4	0,00%	prêt	6	0,00%
426	indien	1	0,00%	marchand	2	0,00%	abrupt	4	0,00%	somptueux	6	0,00%
427	vulnérable	1	0,00%	semi-précieuse	2	0,00%	futur	4	0,00%	transparent	6	0,00%
428	usé	1	0,00%	multiple	2	0,00%	sec	4	0,00%	sommaire	6	0,00%
429	comparable	1	0,00%	fruitier	2	0,00%	suivant	4	0,00%	considérable	5	0,00%
430	familial	1	0,00%	scolaire	2	0,00%	sonore	4	0,00%	chrétien	5	0,00%
431	durable	1	0,00%	mental	2	0,00%	karen	4	0,00%	intensif	5	0,00%
432	sophistiqué	1	0,00%	usuel	2	0,00%	matinal	4	0,00%	ambulant	5	0,00%
433	intense	1	0,00%	discret	2	0,00%	acheteur	4	0,00%	impératif	5	0,00%
434	favorable	1	0,00%	producteur	2	0,00%	tardif	4	0,00%	anglophone	5	0,00%
435	maximum	1	0,00%	publicitaire	2	0,00%	formidable	4	0,00%	scandinave	5	0,00%
436	féroce	1	0,00%	impopulaire	2	0,00%	imprenable	4	0,00%	lucratif	5	0,00%
437	exquis	1	0,00%	hippique	2	0,00%	funéraire	4	0,00%	fixe	5	0,00%
438	plaqué	1	0,00%	tendre	2	0,00%	géométrique	4	0,00%	communiste	5	0,00%
439	répétitif	1	0,00%	libéral	2	0,00%	matériel	4	0,00%	appelé	5	0,00%
440	arrogant	1	0,00%	adverse	2	0,00%	désuet	4	0,00%	grillé	5	0,00%
441	international	1	0,00%	tombé	2	0,00%	comparable	4	0,00%	souhaitable	5	0,00%
442	mélangé	1	0,00%	lisse	2	0,00%	cuit	4	0,00%	idyllique	5	0,00%
443	fatigant	1	0,00%	solaire	2	0,00%	inattendu	4	0,00%	fragile	5	0,00%
444	onzième	1	0,00%	juste	2	0,00%	imposant	4	0,00%	gluant	5	0,00%
445	historique	1	0,00%	agressif	2	0,00%	insuffisant	4	0,00%	étudiant	5	0,00%
446	sud	1	0,00%	aisé	2	0,00%	incessant	4	0,00%	diligent	5	0,00%
447	muscade	1	0,00%	précoce	2	0,00%	alimentaire	4	0,00%	écologique	5	0,00%
448	racial	1	0,00%	croquant	2	0,00%	artificiel	4	0,00%	prohibitif	5	0,00%
449	grinçantes	1	0,00%	uniforme	2	0,00%	paisible	4	0,00%	scolaire	5	0,00%
450	propitiatoire	1	0,00%	foncé	2	0,00%	prêt	4	0,00%	faux	5	0,00%
451	bruyant	1	0,00%	matriarcal	2	0,00%	brutal	4	0,00%	plan	5	0,00%
452	individuel	1	0,00%	lancéolé	2	0,00%	pourvu	4	0,00%	majestueux	5	0,00%
453	pénible	1	0,00%	nuptial	2	0,00%	tibéto-birman	4	0,00%	thématique	5	0,00%

454	bénéfique	1	0,00%	frontalier	2	0,00%	intelligent	4	0,00%	gris	5	0,00%
455	végétal	1	0,00%	conique	2	0,00%	textile	4	0,00%	colonial	5	0,00%
456	irrégulier	1	0,00%	souverain	2	0,00%	merveilleux	4	0,00%	annuel	5	0,00%
457	conforme	1	0,00%	orange	2	0,00%	pédagogique	4	0,00%	publique	5	0,00%
458	erroné	1	0,00%	grecque	2	0,00%	pyramidal	4	0,00%	performant	5	0,00%
459	délicieux	1	0,00%	maléfique	2	0,00%	professionnel	4	0,00%	noble	5	0,00%
460	dodge	1	0,00%	permanent	2	0,00%	martial	4	0,00%	saisonnier	5	0,00%
461	chimique	1	0,00%	exact	2	0,00%	vierge	4	0,00%	prochain	5	0,00%
462	multiple	1	0,00%	réaliste	2	0,00%	britannique	4	0,00%	mensuel	5	0,00%
463	insuffisant	1	0,00%	Sud	2	0,00%	sud	4	0,00%	prestigieux	5	0,00%
464	diurétique	1	0,00%	parallèle	2	0,00%	cruel	3	0,00%	puissant	5	0,00%
465	élevé	1	0,00%	daeng	2	0,00%	fidèle	3	0,00%	rural	5	0,00%
466	bouillant	1	0,00%	utilisable	2	0,00%	hindou	3	0,00%	violent	5	0,00%
467	éclatant	1	0,00%	diplomatique	2	0,00%	sulfureux	3	0,00%	solidaire	5	0,00%
468	tombant	1	0,00%	calcaire	2	0,00%	favorite	3	0,00%	huppé	5	0,00%
469	mat	1	0,00%	hollandais	2	0,00%	sévère	3	0,00%	plastique	5	0,00%
470	sensationnel	1	0,00%	solide	2	0,00%	dramatique	3	0,00%	conscient	5	0,00%
471	enthousiaste	1	0,00%	saisonnier	2	0,00%	inventif	3	0,00%	exigeant	5	0,00%
472	passif	1	0,00%	souriant	2	0,00%	anglophone	3	0,00%	insolite	5	0,00%
473	inquisiteur	1	0,00%	ceylanais	2	0,00%	moral	3	0,00%	ancestral	5	0,00%
474	amical	1	0,00%	illuminé	2	0,00%	exemplaire	3	0,00%	commerçant	5	0,00%
475	intact	1	0,00%	bovin	2	0,00%	mutuel	3	0,00%	insuffisant	5	0,00%
476	artificiel	1	0,00%	inconnu	2	0,00%	fantomatique	3	0,00%	animiste	5	0,00%
477	ennuyeux	1	0,00%	pourpre	2	0,00%	grillé	3	0,00%	singulier	5	0,00%
478	humble	1	0,00%	continu	2	0,00%	disgracieux	3	0,00%	variable	5	0,00%
479	sauvage	1	0,00%	mince	2	0,00%	propriétaire	3	0,00%	inférieur	5	0,00%
480	stimulant	1	0,00%	austère	2	0,00%	constitutionnel	3	0,00%	pittoresque	5	0,00%
481	suprême	1	0,00%	stagnant	2	0,00%	absolu	3	0,00%	môn	5	0,00%
482	bienveillant	1	0,00%	mortel	2	0,00%	décontracté	3	0,00%	indique	5	0,00%
483	raisonnable	1	0,00%	rapide	2	0,00%	mythologique	3	0,00%	doré	5	0,00%
484	agile	1	0,00%	ménager	2	0,00%	Est	3	0,00%	préalable	5	0,00%
485	récent	1	0,00%	concret	2	0,00%	ambitieux	3	0,00%	paradisique	5	0,00%
486	discret	1	0,00%	diurne	2	0,00%	fragile	3	0,00%	britannique	5	0,00%
487	substantiel	1	0,00%	enjoué	2	0,00%	partisan	3	0,00%	attrayant	4	0,00%
488	hargneux	1	0,00%	théâtral	2	0,00%	énorme	3	0,00%	démocratique	4	0,00%
489	court	1	0,00%	brahmanique	2	0,00%	saint	3	0,00%	pire	4	0,00%

490	variable	1	0,00%	subit	2	0,00%	intrépide	3	0,00%	anglo-saxon	4	0,00%
491	volants	1	0,00%	mensuel	2	0,00%	vidéo	3	0,00%	intime	4	0,00%
492	salivaire	1	0,00%	heureux	2	0,00%	péninsulaire	3	0,00%	rituel	4	0,00%
493	malade	1	0,00%	primaire	2	0,00%	esthétique	3	0,00%	carré	4	0,00%
494	évident	1	0,00%	déconcertant	2	0,00%	infini	3	0,00%	généreux	4	0,00%
495	intégrant	1	0,00%	robuste	2	0,00%	irréprochable	3	0,00%	lunaire	4	0,00%
496	extrême	1	0,00%	sérieux	2	0,00%	financier	3	0,00%	lointain	4	0,00%
497	industriel	1	0,00%	modeste	2	0,00%	talentueux	3	0,00%	habitable	4	0,00%
498	votif	1	0,00%	courant	2	0,00%	déliquant	3	0,00%	glissant	4	0,00%
499	distant	1	0,00%	herbivore	2	0,00%	conventionnel	3	0,00%	exemplaire	4	0,00%
500	approximatif	1	0,00%	apte	2	0,00%	respectueux	3	0,00%	immaculé	4	0,00%
501	excessif	1	0,00%	vide	2	0,00%	total	3	0,00%	propriétaire	4	0,00%
502	majestueux	1	0,00%	découvert	2	0,00%	femelle	3	0,00%	consulaire	4	0,00%
503	malheureux	1	0,00%	illégal	2	0,00%	séché	3	0,00%	réceptif	4	0,00%
504	intelligent	1	0,00%	sujet	2	0,00%	zen	3	0,00%	problématique	4	0,00%
505	personnel	1	0,00%	hospitalier	2	0,00%	princier	3	0,00%	âgé	4	0,00%
506	suffisant	1	0,00%	automatique	2	0,00%	appréciable	3	0,00%	sud-est	4	0,00%
507	gracieux	1	0,00%	initial	2	0,00%	content	3	0,00%	roman	4	0,00%
508	issu	1	0,00%	marquant	2	0,00%	islamique	3	0,00%	décontracté	4	0,00%
509	multicolore	1	0,00%	nourri	2	0,00%	épique	3	0,00%	nul	4	0,00%
510	éthique	1	0,00%	calme	2	0,00%	élevé	3	0,00%	monumental	4	0,00%
511	cultivé	1	0,00%	tripode	2	0,00%	excitant	3	0,00%	reconnaissable	4	0,00%
512	épileptique	1	0,00%	étrange	2	0,00%	intact	3	0,00%	saint	4	0,00%
513	éprouvant	1	0,00%	laineux	2	0,00%	plan	3	0,00%	violet	4	0,00%
514	intéressant	1	0,00%	atmosphérique	2	0,00%	publicitaire	3	0,00%	est-ouest	4	0,00%
515	nord-est	1	0,00%	liquide	2	0,00%	manque	3	0,00%	instructif	4	0,00%
516	volatil volatile	1	0,00%	montagneux	2	0,00%	capable	3	0,00%	légendaire	4	0,00%
517	alternatif	1	0,00%	comparable	2	0,00%	potable	3	0,00%	censé	4	0,00%
518	riche	1	0,00%	impérial	2	0,00%	immédiat	3	0,00%	financier	4	0,00%
519	voyant	1	0,00%	fertile	2	0,00%	culinaire	3	0,00%	lumineux	4	0,00%
520	arrière	1	0,00%	fauve	2	0,00%	soucieux	3	0,00%	éclectique	4	0,00%
521	nutritif	1	0,00%	stable	2	0,00%	majestueux	3	0,00%	exquis	4	0,00%
522	militaire	1	0,00%	blanchâtre	2	0,00%	conditionné	3	0,00%	exorbitant	4	0,00%
523	spectaculaire	1	0,00%	apparent	2	0,00%	avocat	3	0,00%	recommandable	4	0,00%
524	décoratif	1	0,00%	transitoire	2	0,00%	australien	3	0,00%	dense	4	0,00%
525	pratique	1	0,00%	dominant	2	0,00%	éponyme	3	0,00%	probable	4	0,00%

526	catechu	1	0,00%	sensible	2	0,00%	panoramique	3	0,00%	low-cost	4	0,00%
527	équivoque	1	0,00%	allongé	2	0,00%	côtier	3	0,00%	imbattable	4	0,00%
528	ecclésiastique	1	0,00%	imposant	2	0,00%	crochu	3	0,00%	capital	4	0,00%
529	fade	1	0,00%	équivalent	2	0,00%	aisé	3	0,00%	monastique	4	0,00%
530	insolent	1	0,00%	mature	2	0,00%	supplémentaire	3	0,00%	adulte	4	0,00%
531	triste	1	0,00%	invisible	2	0,00%	anarchique	3	0,00%	excessif	4	0,00%
532	juste	1	0,00%	trois	2	0,00%	inquiétant	3	0,00%	raide	4	0,00%
533	réciroque	1	0,00%	correspondant	2	0,00%	antimoustiques	3	0,00%	pressé	4	0,00%
534	séduisant	1	0,00%	crânien	2	0,00%	stupéfiant	3	0,00%	escarpé	4	0,00%
535	existant	1	0,00%	agile	2	0,00%	allié	3	0,00%	myanmar	4	0,00%
536	bouddhique	1	0,00%	objectif	2	0,00%	généraliste	3	0,00%	satisfaisant	4	0,00%
537	galangal	1	0,00%	évident	2	0,00%	permanent	3	0,00%	triste	4	0,00%
538	touchant	1	0,00%	radiophonique	2	0,00%	précis	3	0,00%	agressif	4	0,00%
539	diaphorétique	1	0,00%	hivernal	2	0,00%	onéreux	3	0,00%	rude	4	0,00%
540	major	1	0,00%	exubérant	2	0,00%	privatif	3	0,00%	volontaire	4	0,00%
541	taillé	1	0,00%	barbare	2	0,00%	publique	3	0,00%	réaliste	4	0,00%
542	confortable	1	0,00%	médicamenteux	2	0,00%	familier	3	0,00%	Sud	4	0,00%
543	absent	1	0,00%	môn	2	0,00%	taoïste	3	0,00%	hollandais	4	0,00%
544	provocant	1	0,00%	paysan	2	0,00%	nouille	3	0,00%	fluvial	4	0,00%
545	foncé	1	0,00%	suffisant	2	0,00%	acidulé	3	0,00%	amusant	4	0,00%
546	pédant	1	0,00%	interne	2	0,00%	poétique	3	0,00%	corallien	4	0,00%
547	charmant	1	0,00%	circulaire	2	0,00%	fluvial	3	0,00%	passant	4	0,00%
548	saturéoïde	1	0,00%	profane	2	0,00%	territorial	3	0,00%	méridional	4	0,00%
549	inamical	1	0,00%	omniprésent	2	0,00%	musical	3	0,00%	férié	4	0,00%
550	ultime	1	0,00%	bancaire	2	0,00%	austère	3	0,00%	préventif	4	0,00%
551	douzième	1	0,00%	identifiable	2	0,00%	primitif	3	0,00%	parisien	4	0,00%
552	excellent	1	0,00%	préalable	2	0,00%	inclassable	3	0,00%	florissant	4	0,00%
553	renfrogné	1	0,00%	marié	2	0,00%	padaungs	3	0,00%	prudent	4	0,00%
554	saignant	1	0,00%	patrilinéaire	2	0,00%	surnaturel	3	0,00%	étrange	4	0,00%
555	parental	1	0,00%	attrayant	1	0,00%	courant	3	0,00%	spirituel	4	0,00%
556		2051		organique	1	0,00%	mixte	3	0,00%	minéral	4	0,00%
557				considérable	1	0,00%	stylé	3	0,00%	semblable	4	0,00%
558				sportif	1	0,00%	clandestin	3	0,00%	courageux	4	0,00%
559				égal	1	0,00%	magnétique	3	0,00%	passager	4	0,00%
560				cinghalais	1	0,00%	précédent	3	0,00%	universitaire	4	0,00%
561				albinos	1	0,00%	sujet	3	0,00%	artificiel	4	0,00%

562				craintif	1	0,00%	violent	3	0,00%	potentiel	4	0,00%
563				cervus	1	0,00%	fermé	3	0,00%	ponctuel	4	0,00%
564				chancelant	1	0,00%	huppé	3	0,00%	attentionné	4	0,00%
565				promotionnel	1	0,00%	enchanteur	3	0,00%	incroyable	4	0,00%
566				pire	1	0,00%	gai	3	0,00%	multicolore	4	0,00%
567				dytique	1	0,00%	fructueux	3	0,00%	couchant	4	0,00%
568				aphrodisiaque	1	0,00%	médiocre	3	0,00%	câblé	4	0,00%
569				fatal	1	0,00%	administratif	3	0,00%	ferme	4	0,00%
570				semi-nomade	1	0,00%	valable	3	0,00%	vif	4	0,00%
571				expéditionnaire	1	0,00%	montagneux	3	0,00%	pop	4	0,00%
572				dissident	1	0,00%	époustouflant	3	0,00%	électro	4	0,00%
573				sensoriel	1	0,00%	sophistiqué	3	0,00%	digne	4	0,00%
574				intime	1	0,00%	fréquenté	3	0,00%	météo	4	0,00%
575				progressiste	1	0,00%	massif	3	0,00%	organique	3	0,00%
576				kilométrique	1	0,00%	fantasmagorique	3	0,00%	exhaustif	3	0,00%
577				moulé	1	0,00%	impitoyable	3	0,00%	franco-asiatique	3	0,00%
578				matrimonial	1	0,00%	végétal	3	0,00%	bucolique	3	0,00%
579				familiales	1	0,00%	invisible	3	0,00%	immobilier	3	0,00%
580				symbolisants	1	0,00%	indicatif	3	0,00%	cordial	3	0,00%
581				tantrique	1	0,00%	fantastique	3	0,00%	fascinant	3	0,00%
582				himalayen	1	0,00%	ennuyeux	3	0,00%	inventif	3	0,00%
583				redoutable	1	0,00%	inévitabile	3	0,00%	coûteux	3	0,00%
584				répellantes	1	0,00%	inexistant	3	0,00%	21e	3	0,00%
585				inventif	1	0,00%	singulier	3	0,00%	itinérant	3	0,00%
586				fonctionnel	1	0,00%	inconfortable	3	0,00%	zélé	3	0,00%
587				béto-birmane	1	0,00%	vivant	3	0,00%	sanitaire	3	0,00%
588				gélatineux	1	0,00%	génial	3	0,00%	débutant	3	0,00%
589				verbal	1	0,00%	rocheux	3	0,00%	piéton	3	0,00%
590				préenregistré	1	0,00%	épais	3	0,00%	rose	3	0,00%
591				autonome	1	0,00%	incroyable	3	0,00%	ennemi	3	0,00%
592				tomenteux	1	0,00%	farang	3	0,00%	notoire	3	0,00%
593				inappropriés	1	0,00%	accueillant	3	0,00%	légal	3	0,00%
594				provisoire	1	0,00%	profane	3	0,00%	sousmarins	3	0,00%
595				coûteux	1	0,00%	antique	3	0,00%	aviaire	3	0,00%
596				bipède	1	0,00%	botanique	3	0,00%	reculé	3	0,00%
597				garde-côte	1	0,00%	armé	3	0,00%	logique	3	0,00%

598				pacifique	1	0,00%	roulant	3	0,00%	amoureux	3	0,00%
599				plumeux	1	0,00%	céramique	3	0,00%	humanitaire	3	0,00%
600				émergent	1	0,00%	védique	3	0,00%	karstique	3	0,00%
601				ouest	1	0,00%	formé	2	0,00%	radical	3	0,00%
602				nouveux	1	0,00%	savant	2	0,00%	gras	3	0,00%
603				illicite	1	0,00%	affluent	2	0,00%	croissant	3	0,00%
604				glabre	1	0,00%	bien-aimé	2	0,00%	symbolique	3	0,00%
605				lointain	1	0,00%	gênant	2	0,00%	faste	3	0,00%
606				grégaire	1	0,00%	inimitable	2	0,00%	prospère	3	0,00%
607				télévisuel	1	0,00%	législatif	2	0,00%	croisé	3	0,00%
608				lippu	1	0,00%	négligé	2	0,00%	certifié	3	0,00%
609				souterrain	1	0,00%	cardiaque	2	0,00%	inaccessible	3	0,00%
610				immortel	1	0,00%	mou	2	0,00%	critique	3	0,00%
611				itinérant	1	0,00%	intensif	2	0,00%	sordide	3	0,00%
612				zélé	1	0,00%	aphrodisiaque	2	0,00%	mosaïque	3	0,00%
613				gestuel	1	0,00%	décevant	2	0,00%	intense	3	0,00%
614				invité	1	0,00%	désastreux	2	0,00%	séché	3	0,00%
615				expiable	1	0,00%	rituel	2	0,00%	brun	3	0,00%
616				purulent	1	0,00%	rigide	2	0,00%	envoûtant	3	0,00%
617				infertile	1	0,00%	pâle	2	0,00%	tacite	3	0,00%
618				octuple	1	0,00%	fonctionnel	2	0,00%	appréciable	3	0,00%
619				innombrable	1	0,00%	carré	2	0,00%	facultatif	3	0,00%
620				agréable	1	0,00%	monotone	2	0,00%	pénible	3	0,00%
621				grillé	1	0,00%	désagréable	2	0,00%	inoubliable	3	0,00%
622				aspirant	1	0,00%	trouble	2	0,00%	transversal	3	0,00%
623				notoire	1	0,00%	gourmand	2	0,00%	sablonneux	3	0,00%
624				viable	1	0,00%	asexué	2	0,00%	interurbain	3	0,00%
625				rayé	1	0,00%	creux	2	0,00%	indifférent	3	0,00%
626				propriétaire	1	0,00%	effectif	2	0,00%	amical	3	0,00%
627				érudit	1	0,00%	éblouissant	2	0,00%	mental	3	0,00%
628				distique	1	0,00%	généreux	2	0,00%	sino-portugaises	3	0,00%
629				nord-thaïlandaises	1	0,00%	nationaliste	2	0,00%	usuel	3	0,00%
630				concave	1	0,00%	démoniaque	2	0,00%	producteur	3	0,00%
631				linéaire	1	0,00%	anniversaire	2	0,00%	inverse	3	0,00%
632				légal	1	0,00%	lunaire	2	0,00%	spartiate	3	0,00%
633				formel	1	0,00%	lointain	2	0,00%	potable	3	0,00%

634				monétaire	1	0,00%	ventru	2	0,00%	clairsemé	3	0,00%
635				défavorable	1	0,00%	septième	2	0,00%	courtois	3	0,00%
636				anti-moustiques	1	0,00%	générique	2	0,00%	soucieux	3	0,00%
637				ami	1	0,00%	mûr	2	0,00%	incongru	3	0,00%
638				chamanique	1	0,00%	identique	2	0,00%	lourd	3	0,00%
639				pluvial	1	0,00%	approprié	2	0,00%	sélect	3	0,00%
640				indonésien	1	0,00%	paysagé	2	0,00%	sinueux	3	0,00%
641				homicide	1	0,00%	malin	2	0,00%	plaisant	3	0,00%
642				brésilien	1	0,00%	sanitaire	2	0,00%	mexicain	3	0,00%
643				franco-siamoise	1	0,00%	inépuisable	2	0,00%	australien	3	0,00%
644				huitième	1	0,00%	sino-portugais	2	0,00%	thermique	3	0,00%
645				monacal	1	0,00%	innombrable	2	0,00%	périodique	3	0,00%
646				pléistocène	1	0,00%	arboré	2	0,00%	minuscule	3	0,00%
647				rêche	1	0,00%	basique	2	0,00%	rectangulaire	3	0,00%
648				mythologique	1	0,00%	réticent	2	0,00%	illimité	3	0,00%
649				traitant	1	0,00%	iconographique	2	0,00%	salé	3	0,00%
650				sensé	1	0,00%	physique	2	0,00%	imaginaire	3	0,00%
651				sentimental	1	0,00%	consulaire	2	0,00%	arabe	3	0,00%
652				cosmique	1	0,00%	méchant	2	0,00%	précis	3	0,00%
653				enceinte	1	0,00%	problématique	2	0,00%	séparatiste	3	0,00%
654				chatoyant	1	0,00%	aventureux	2	0,00%	onéreux	3	0,00%
655				Austro-Thaï	1	0,00%	indonésien	2	0,00%	soi-disant	3	0,00%
656				amoureux	1	0,00%	idyllique	2	0,00%	étudié	3	0,00%
657				collectif	1	0,00%	oral	2	0,00%	diplomatique	3	0,00%
658				gravé	1	0,00%	écologiste	2	0,00%	vendeur	3	0,00%
659				Bu	1	0,00%	solitaire	2	0,00%	nouille	3	0,00%
660				longiligne	1	0,00%	explicatif	2	0,00%	secondaire	3	0,00%
661				karstique	1	0,00%	serviable	2	0,00%	rupestre	3	0,00%
662				bactérien	1	0,00%	chatoyant	2	0,00%	immeuble	3	0,00%
663				vrai	1	0,00%	amoureux	2	0,00%	chouette	3	0,00%
664				cutané	1	0,00%	contemplatif	2	0,00%	soigné	3	0,00%
665				symbolique	1	0,00%	sino-tibétaine	2	0,00%	mince	3	0,00%
666				reconnaissable	1	0,00%	radical	2	0,00%	policier	3	0,00%
667				mafieux	1	0,00%	studieux	2	0,00%	obligé	3	0,00%
668				incontestable	1	0,00%	encombrant	2	0,00%	pointu	3	0,00%
669				incolore	1	0,00%	manche	2	0,00%	animal	3	0,00%

670				préférable	1	0,00%	muet	2	0,00%	portugais	3	0,00%
671				annulaire	1	0,00%	perdu	2	0,00%	subit	3	0,00%
672				duel	1	0,00%	réputé	2	0,00%	rafraîchissant	3	0,00%
673				frit	1	0,00%	couché	2	0,00%	cost	3	0,00%
674				fiancé	1	0,00%	ethnographique	2	0,00%	adéquat	3	0,00%
675				javanais	1	0,00%	rigoureux	2	0,00%	délicat	3	0,00%
676				consentant	1	0,00%	reconnaissable	2	0,00%	sujet	3	0,00%
677				zébré	1	0,00%	prospère	2	0,00%	radio	3	0,00%
678				honorifique	1	0,00%	sage	2	0,00%	hospitalier	3	0,00%
679				cynocephalus	1	0,00%	incontestable	2	0,00%	matinal	3	0,00%
680				plantigrade	1	0,00%	millénaire	2	0,00%	montant	3	0,00%
681				incapable	1	0,00%	aîné	2	0,00%	orangé	3	0,00%
682				expert	1	0,00%	javanais	2	0,00%	enchanteur	3	0,00%
683				amibien	1	0,00%	fait	2	0,00%	inaccompli	3	0,00%
684				mélanésioïde	1	0,00%	cosmopolite	2	0,00%	masculin	3	0,00%
685				musculaire	1	0,00%	paf	2	0,00%	extraordinaire	3	0,00%
686				momentané	1	0,00%	surchargé	2	0,00%	liquide	3	0,00%
687				talentueux	1	0,00%	lumineux	2	0,00%	usé	3	0,00%
688				granitique	1	0,00%	périssable	2	0,00%	occasionnel	3	0,00%
689				stérile	1	0,00%	catholique	2	0,00%	apparent	3	0,00%
690				généalogique	1	0,00%	boisé	2	0,00%	tournant	3	0,00%
691				incisif	1	0,00%	bien	2	0,00%	citron	3	0,00%
692				agro-alimentaire	1	0,00%	national	2	0,00%	tortu	3	0,00%
693				élégant	1	0,00%	multinational	2	0,00%	sensible	3	0,00%
694				bien	1	0,00%	volumineux	2	0,00%	équivalent	3	0,00%
695				persistant	1	0,00%	féroce	2	0,00%	venté	3	0,00%
696				méditerranéen	1	0,00%	brun	2	0,00%	invisible	3	0,00%
697				basané	1	0,00%	honorable	2	0,00%	topographique	3	0,00%
698				périlleux	1	0,00%	populiste	2	0,00%	mystérieux	3	0,00%
699				incorruptible	1	0,00%	hybride	2	0,00%	proportionnel	3	0,00%
700				volumineux	1	0,00%	bienvenu	2	0,00%	tortueux	3	0,00%
701				souffrant	1	0,00%	diététique	2	0,00%	malade	3	0,00%
702				écologique	1	0,00%	coupable	2	0,00%	éducatif	3	0,00%
703				monarchique	1	0,00%	essentiel	2	0,00%	douteux	3	0,00%
704				tubulaire	1	0,00%	sombre	2	0,00%	médicinal	3	0,00%
705				criard	1	0,00%	fatigant	2	0,00%	celte	3	0,00%



706				visuel	1	0,00%	recommandable	2	0,00%	grandiose	3	0,00%
707				intense	1	0,00%	vertigineux	2	0,00%	friand	3	0,00%
708				Tibéto-Birman	1	0,00%	douteur/douteux	2	0,00%	indochinois	3	0,00%
709				pie	1	0,00%	délicieux	2	0,00%	complémentaire	3	0,00%
710				enclin	1	0,00%	négociable	2	0,00%	merveilleux	3	0,00%
711				natif	1	0,00%	chimique	2	0,00%	arrière	3	0,00%
712				risqué	1	0,00%	thérapeutique	2	0,00%	connu	3	0,00%
713				parasite	1	0,00%	autoritaire	2	0,00%	homosexuel	3	0,00%
714				métallique	1	0,00%	imbattable	2	0,00%	suranné	3	0,00%
715				honorable	1	0,00%	minimaliste	2	0,00%	vierge	3	0,00%
716				populiste	1	0,00%	amical	2	0,00%	coupant	3	0,00%
717				mélodique	1	0,00%	favori	2	0,00%	limitrophe	2	0,00%
718				ordinary	1	0,00%	soyeux	2	0,00%	précaire	2	0,00%
719				irréversible	1	0,00%	pâli	2	0,00%	fidèle	2	0,00%
720				vertébral	1	0,00%	mental	2	0,00%	gênant	2	0,00%
721				global	1	0,00%	occulte	2	0,00%	sulfureux	2	0,00%
722				religiosa	1	0,00%	usuel	2	0,00%	guerrier	2	0,00%
723				essentiel	1	0,00%	énergique	2	0,00%	cardiaque	2	0,00%
724				birostris	1	0,00%	extensif	2	0,00%	mou	2	0,00%
725				habituel	1	0,00%	élémentaire	2	0,00%	aller-retour	2	0,00%
726				sensuel	1	0,00%	polyvalent	2	0,00%	protégé	2	0,00%
727				élané	1	0,00%	courtois	2	0,00%	mural	2	0,00%
728				artériel	1	0,00%	hiératique	2	0,00%	vertical	2	0,00%
729				venimeux	1	0,00%	téléphonique	2	0,00%	sévère	2	0,00%
730				mafieuses	1	0,00%	libéral	2	0,00%	dramatique	2	0,00%
731				agronomique	1	0,00%	sikh	2	0,00%	inégal	2	0,00%
732				émeraude	1	0,00%	interminable	2	0,00%	himalayen	2	0,00%
733				délicieux	1	0,00%	poudreux	2	0,00%	colossal	2	0,00%
734				défunt	1	0,00%	sud	4	0,00%	contraire	2	0,00%
735				cornu	1	0,00%	velu	2	0,00%	débonnaire	2	0,00%
736				probable	1	0,00%	protecteur	2	0,00%	désagréable	2	0,00%
737				sablonneux	1	0,00%	régnant	2	0,00%	moral	2	0,00%
738				rauque	1	0,00%	environnant	2	0,00%	autonome	2	0,00%
739				épique	1	0,00%	malvenu	2	0,00%	agricole	2	0,00%
740				imputable	1	0,00%	lourd	2	0,00%	restant	2	0,00%
741				pestiféré	1	0,00%	Tout	2	0,00%	humide	2	0,00%

742				élevé	1	0,00%	écotouristiques	2	0,00%	spontané	2	0,00%
743				excentrique	1	0,00%	rapides	2	0,00%	journal	2	0,00%
744				endiablé	1	0,00%	hippie	2	0,00%	dérisoire	2	0,00%
745				olympique	1	0,00%	attentif	2	0,00%	décent	2	0,00%
746				titanesque	1	0,00%	contestataire	2	0,00%	privilegié	2	0,00%
747				amical	1	0,00%	existant	2	0,00%	neurologique	2	0,00%
748				joyeux	1	0,00%	agressif	2	0,00%	improbable	2	0,00%
749				soyeux	1	0,00%	bourgeois	2	0,00%	63e	2	0,00%
750				allemand	1	0,00%	captivant	2	0,00%	malin	2	0,00%
751				raffiné	1	0,00%	triple	2	0,00%	infertile	2	0,00%
752				sanguin	1	0,00%	uniforme	2	0,00%	assis	2	0,00%
753				capital	1	0,00%	ragoûtant	2	0,00%	reptile	2	0,00%
754				faux	1	0,00%	minuscule	2	0,00%	horizontal	2	0,00%
755				ombrophile	1	0,00%	sincère	2	0,00%	reposant	2	0,00%
756				criminel	1	0,00%	glorieux	2	0,00%	final	2	0,00%
757				bénigne	1	0,00%	rectangulaire	2	0,00%	poète	2	0,00%
758				pendant	1	0,00%	optimal	2	0,00%	étanche	2	0,00%
759				peigné	1	0,00%	irlandais	2	0,00%	fondamental	2	0,00%
760				issan	1	0,00%	exact	2	0,00%	absolu	2	0,00%
761				triangulaire	1	0,00%	originel	2	0,00%	chatoyant	2	0,00%
762				exportateur	1	0,00%	électrique	2	0,00%	ultramoderne	2	0,00%
763				pathogène	1	0,00%	terrible	2	0,00%	déferlant	2	0,00%
764				resplendissant	1	0,00%	analogue	2	0,00%	emblématique	2	0,00%
765				rizicole	1	0,00%	vendeur	2	0,00%	perdu	2	0,00%
766				argenté	1	0,00%	recommandé	2	0,00%	couché	2	0,00%
767				vinicole	1	0,00%	solide	2	0,00%	migrateur	2	0,00%
768				canadien	1	0,00%	hebdomadaire	2	0,00%	respectif	2	0,00%
769				goûteux	1	0,00%	impoli	2	0,00%	glacé	2	0,00%
770				alaire	1	0,00%	touffu	2	0,00%	susceptible	2	0,00%
771				conjoint	1	0,00%	tonal	2	0,00%	Spécialiste	2	0,00%
772				languedocien	1	0,00%	acrobatique	2	0,00%	incontestable	2	0,00%
773				svelte	1	0,00%	rupestre	2	0,00%	couvert	2	0,00%
774				monosyllabique	1	0,00%	natal	2	0,00%	center	2	0,00%
775				photogénique	1	0,00%	souple	2	0,00%	frit	2	0,00%
776				élémentaire	1	0,00%	adjacent	2	0,00%	suspect	2	0,00%
777				aride	1	0,00%	avant-gardiste	2	0,00%	ordinateur	2	0,00%

778			ascétique	1	0,00%	expérimenté	2	0,00%	saisissant	2	0,00%
779			majestueux	1	0,00%	nord-ouest	2	0,00%	rêveur	2	0,00%
780			breton	1	0,00%	miraculeux	2	0,00%	talentueux	2	0,00%
781			gracieux	1	0,00%	familiaux	2	0,00%	granitique	2	0,00%
782			cérémoniel	1	0,00%	compétitif	2	0,00%	démonstratif	2	0,00%
783			contemporain	1	0,00%	patriarcal	2	0,00%	bien	2	0,00%
784			laryngien	1	0,00%	opaque	2	0,00%	bizarre	2	0,00%
785			fautif	1	0,00%	fumé	2	0,00%	femelle	2	0,00%
786			meurtrier	1	0,00%	féerique	2	0,00%	répulsif	2	0,00%
787			régnant	1	0,00%	concret	2	0,00%	magique	2	0,00%
788			intervenant	1	0,00%	victorien	2	0,00%	coupable	2	0,00%
789			hexagonal	1	0,00%	engageant	2	0,00%	mélangé	2	0,00%
790			éphémère	1	0,00%	verdoyant	2	0,00%	mignon	2	0,00%
791			polygonal	1	0,00%	portugais	2	0,00%	irrégulier	2	0,00%
792			elliptique	1	0,00%	naval	2	0,00%	ouvrier	2	0,00%
793			mariné	1	0,00%	mensuel	2	0,00%	marchand	2	0,00%
794			voyant	1	0,00%	rafraîchissant	2	0,00%	distinctif	2	0,00%
795			sinueux	1	0,00%	inhabité	2	0,00%	offert	2	0,00%
796			dangereux	1	0,00%	primaire	2	0,00%	élevé	2	0,00%
797			peul	1	0,00%	robuste	2	0,00%	jaloux	2	0,00%
798			romand	1	0,00%	célibataire	2	0,00%	artiste	2	0,00%
799			cérémonial	1	0,00%	impraticable	2	0,00%	monumentaux	2	0,00%
800			nazi	1	0,00%	lent	2	0,00%	néfaste	2	0,00%
801			poli	1	0,00%	folklorique	2	0,00%	prime	2	0,00%
802			décoratif	1	0,00%	intestinal	2	0,00%	fiscal	2	0,00%
803			externe	1	0,00%	confidentiel	2	0,00%	alléchant	2	0,00%
804			verte-grisâtre	1	0,00%	floral	2	0,00%	mobile	2	0,00%
805			attentif	1	0,00%	bénéficiaire	2	0,00%	canadien	2	0,00%
806			contestataire	1	0,00%	corporel	2	0,00%	énergique	2	0,00%
807			compétent	1	0,00%	fortuit	2	0,00%	photogénique	2	0,00%
808			triste	1	0,00%	férié	2	0,00%	aride	2	0,00%
809			ébouriffé	1	0,00%	préventif	2	0,00%	incliné	2	0,00%
810			brasiliensis	1	0,00%	automatique	2	0,00%	gouvernemental	2	0,00%
811			réciproque	1	0,00%	honoraire	2	0,00%	sikh	2	0,00%
812			rouge-verte	1	0,00%	vain	2	0,00%	hétéroclite	2	0,00%
813			côtier	1	0,00%	montant	2	0,00%	jumeau	2	0,00%

814				cessant	1	0,00%	domestique	2	0,00%	protecteur	2	0,00%
815				stique	1	0,00%	isolé	2	0,00%	jumelle	2	0,00%
816				cultivable	1	0,00%	électronique	2	0,00%	tombé	2	0,00%
817				sunnite	1	0,00%	promis	2	0,00%	carrossable	2	0,00%
818				unisexué	1	0,00%	avare	2	0,00%	Tout	2	0,00%
819				convexe	1	0,00%	sanskrit	2	0,00%	russe	2	0,00%
820				francophone	1	0,00%	extraordinaire	2	0,00%	bref	2	0,00%
821				touchant	1	0,00%	tragique	2	0,00%	décoratif	2	0,00%
822				partiel	1	0,00%	mineur	2	0,00%	scientifique	2	0,00%
823				taillé	1	0,00%	aristocratique	2	0,00%	repérable	2	0,00%
824				émérite	1	0,00%	écarlate	2	0,00%	éponyme	2	0,00%
825				périodique	1	0,00%	minéral	2	0,00%	existant	2	0,00%
826				oculaire	1	0,00%	pentu	2	0,00%	uniforme	2	0,00%
827				aquatique	1	0,00%	stable	2	0,00%	progressif	2	0,00%
828				archéologique	1	0,00%	instable	2	0,00%	gonflé	2	0,00%
829				prononçable	1	0,00%	vindictif	2	0,00%	foncé	2	0,00%
830				machiavélique	1	0,00%	tournant	2	0,00%	anarchique	2	0,00%
831				impardonnable	1	0,00%	nostalgique	2	0,00%	ovale	2	0,00%
832				sud-thaïlandaise	1	0,00%	démographique	2	0,00%	glorieux	2	0,00%
833				rude	1	0,00%	pédestre	2	0,00%	météorologique	2	0,00%
834				2eme	1	0,00%	thais	2	0,00%	optimal	2	0,00%
835				judiciaire	1	0,00%	exclusif	2	0,00%	généraliste	2	0,00%
836				marchant	1	0,00%	minoritaire	2	0,00%	sédentaire	2	0,00%
837				minuscule	1	0,00%	sanglant	2	0,00%	irlandais	2	0,00%
838				jaune-blanche	1	0,00%	géographique	2	0,00%	rond	2	0,00%
839				oriental	1	0,00%	blindé	2	0,00%	bourguignon	2	0,00%
840				ravissant	1	0,00%	latin	2	0,00%	sorti	2	0,00%
841				cher	1	0,00%	Trois	2	0,00%	arrivé	2	0,00%
842				emprisonné	1	0,00%	hollywoodien	2	0,00%	dispos	2	0,00%
843				imaginaire	1	0,00%	héréditaire	2	0,00%	utilisable	2	0,00%
844				nomade	1	0,00%	tout-terrain	2	0,00%	trompeur	2	0,00%
845				roux	1	0,00%	fréquentable	2	0,00%	recommandé	2	0,00%
846				allié	1	0,00%	crânien	2	0,00%	comparateur	2	0,00%
847				arabe	1	0,00%	habitué	2	0,00%	équestre	2	0,00%
848				généraliste	1	0,00%	succulent	2	0,00%	terminal	2	0,00%
849				sédentaire	1	0,00%	ostentatoire	2	0,00%	nauséabond	2	0,00%

850				repoussant	1	0,00%	objectif	2	0,00%	cardinal	2	0,00%
851				high-tech	1	0,00%	faible	2	0,00%	séculaire	2	0,00%
852				hétérosexuel	1	0,00%	despotique	2	0,00%	taoïste	2	0,00%
853				antipaludéen	1	0,00%	douteux	2	0,00%	acidulé	2	0,00%
854				épaté	1	0,00%	con	2	0,00%	énième	2	0,00%
855				continental	1	0,00%	canonique	2	0,00%	natal	2	0,00%
856				trichopterus	1	0,00%	manuel	2	0,00%	endémique	2	0,00%
857				conservateur	1	0,00%	olfactif	2	0,00%	adjacent	2	0,00%
858				onéreux	1	0,00%	paysan	2	0,00%	humoristique	2	0,00%
859				dévot	1	0,00%	démocrate	2	0,00%	névralgique	2	0,00%
860				villageois	1	0,00%	issu	2	0,00%	austère	2	0,00%
861				recommandé	1	0,00%	biologique	2	0,00%	rôti	4	0,00%
862				exceptionnel	1	0,00%	serré	2	0,00%	mortel	2	0,00%
863				équestre	1	0,00%	contiguës	2	0,00%	féerique	2	0,00%
864				harmonieux	1	0,00%	grandiose	2	0,00%	irrésistible	2	0,00%
865				opportun	1	0,00%	futuriste	2	0,00%	scrupuleux	2	0,00%
866				performant	1	0,00%	incontesté	2	0,00%	victorien	2	0,00%
867				panthera	1	0,00%	neutre	2	0,00%	brahmanique	2	0,00%
868				pieux	1	0,00%	strict	2	0,00%	kitsch	2	0,00%
869				impoli	1	0,00%	utilitaire	2	0,00%	intrigant	2	0,00%
870				musclé	1	0,00%	ridicule	2	0,00%	primaire	2	0,00%
871				herbacé	1	0,00%	menaçant	2	0,00%	uni	2	0,00%
872				séculaire	1	0,00%	méritant	2	0,00%	distributeur	2	0,00%
873				taoïste	1	0,00%	captif	2	0,00%	rebelle	2	0,00%
874				tissé	1	0,00%	paradisique	2	0,00%	crémeux	2	0,00%
875				tonal	1	0,00%	tributaire	2	0,00%	stylé	2	0,00%
876				chevauchant	1	0,00%	surpeuplé	2	0,00%	présidentiel	2	0,00%
877				architectural	1	0,00%	meublé	2	0,00%	sonore	2	0,00%
878				rasé	1	0,00%	abordable	2	0,00%	hydrographique	2	0,00%
879				posthume	1	0,00%	Ouest	2	0,00%	intestinal	2	0,00%
880				marginal	1	0,00%	sommaire	2	0,00%	ascensionnel	2	0,00%
881				influent	1	0,00%	attrayant	1	0,00%	indiqué	2	0,00%
882				rupestre	1	0,00%	commémoratif	1	0,00%	relevé	2	0,00%
883				ongulé	1	0,00%	intimiste	1	0,00%	illégal	2	0,00%
884				judéo-chrétien	1	0,00%	indomptable	1	0,00%	angle	2	0,00%
885				inhumain	1	0,00%	prévu	1	0,00%	automatique	2	0,00%

886			neurotoxique	1	0,00%	indiscret	1	0,00%	journalier	2	0,00%
887			territorial	1	0,00%	débridé	1	0,00%	gai	2	0,00%
888			plané	1	0,00%	générateur	1	0,00%	coutumier	2	0,00%
889			coriace	1	0,00%	limitrophe	1	0,00%	isolé	2	0,00%
890			opiomane	1	0,00%	minier	1	0,00%	danois	2	0,00%
891			reçu	1	0,00%	néolithique	1	0,00%	sino-portugaise	2	0,00%
892			hormonal	1	0,00%	habile	1	0,00%	minimal	2	0,00%
893			prédominant	1	0,00%	identitaires	1	0,00%	informatique	2	0,00%
894			expérimenté	1	0,00%	chrétien	1	0,00%	espagnol	2	0,00%
895			gigantesque	1	0,00%	hystérique	1	0,00%	aigre	2	0,00%
896			modéré	1	0,00%	commode	1	0,00%	funéraire	2	0,00%
897			ensoleillé	1	0,00%	rudimentaire	1	0,00%	géométrique	2	0,00%
898			invincible	1	0,00%	prétendu	1	0,00%	fortuné	2	0,00%
899			narratif	1	0,00%	bucolique	1	0,00%	pluvieux	2	0,00%
900			lactescent	1	0,00%	anti-fraude	1	0,00%	préférentiel	2	0,00%
901			significatif	1	0,00%	malfaisant	1	0,00%	mineur	2	0,00%
902			patriarcal	1	0,00%	sensoriel	1	0,00%	culminant	2	0,00%
903			maladroit	1	0,00%	servile	1	0,00%	comparable	2	0,00%
904			ombilical	1	0,00%	brusque	1	0,00%	impérial	2	0,00%
905			inondable	1	0,00%	israëlo-palestiniens	1	0,00%	fertile	2	0,00%
906			prochain	1	0,00%	grimaçant	1	0,00%	agraire	2	0,00%
907			fleuri	1	0,00%	valide	1	0,00%	parent	2	0,00%
908			portugais	1	0,00%	cordial	1	0,00%	sophistiqué	2	0,00%
909			pipal	1	0,00%	insoupçonné	1	0,00%	maximal	2	0,00%
910			attirant	1	0,00%	pénal	1	0,00%	lesbien	2	0,00%
911			aigre-doux	1	0,00%	pavillonnaire	1	0,00%	félin	2	0,00%
912			verte-claire	1	0,00%	lustral	1	0,00%	dominant	2	0,00%
913			observable	1	0,00%	inégal	1	0,00%	éternel	2	0,00%
914			dynastique	1	0,00%	lubrique	1	0,00%	bénéfique	2	0,00%
915			survivant	1	0,00%	redoutable	1	0,00%	allongé	2	0,00%
916			marsupial	1	0,00%	atomique	1	0,00%	expérimental	2	0,00%
917			rafraîchissant	1	0,00%	tibétain	1	0,00%	inattendu	2	0,00%
918			musulman	1	0,00%	encyclopédique	1	0,00%	végétal	2	0,00%
919			motivant	1	0,00%	inique	1	0,00%	silencieux	2	0,00%
920			célibataire	1	0,00%	défensif	1	0,00%	supportable	2	0,00%
921			surnaturel	1	0,00%	gélatineux	1	0,00%	incessant	2	0,00%

922			festif	1	0,00%	impuni	1	0,00%	sous-marin	2	0,00%
923			reproducteur	1	0,00%	inespéré	1	0,00%	vocal	2	0,00%
924			longibande	1	0,00%	lavo	1	0,00%	héréditaire	2	0,00%
925			lent	1	0,00%	mandarin	1	0,00%	gagnant	2	0,00%
926			déterminant	1	0,00%	national	1	0,00%	africain	2	0,00%
927			mixte	1	0,00%	prémonitoire	1	0,00%	surprenant	2	0,00%
928			divin	1	0,00%	bangkokienne	1	0,00%	louable	2	0,00%
929			grandissant	1	0,00%	étoilé	1	0,00%	brutal	2	0,00%
930			vénéneux	1	0,00%	disparate	1	0,00%	suprême	2	0,00%
931			prestigieux	1	0,00%	autonome	1	0,00%	blessé	2	0,00%
932			imperméable	1	0,00%	dencehotel	1	0,00%	bienveillant	2	0,00%
933			venant	1	0,00%	aromatique	1	0,00%	habitué	2	0,00%
934			trapézoïdal	1	0,00%	provisoire	1	0,00%	littéral	2	0,00%
935			impondérables	1	0,00%	caravanier	1	0,00%	navigable	2	0,00%
936			convivial	1	0,00%	restant	1	0,00%	irréel	2	0,00%
937			phonétique	1	0,00%	folle fou	1	0,00%	assourdissant	2	0,00%
938			impaludé	1	0,00%	octogonal	1	0,00%	océanique	2	0,00%
939			perceptible	1	0,00%	ethno-	1	0,00%	capricieux	2	0,00%
940			corné	1	0,00%	surréaliste	1	0,00%	grouillant	2	0,00%
941			relevé	1	0,00%	respiratoire	1	0,00%	fou	2	0,00%
942			carotte	1	0,00%	décent	1	0,00%	grossier	2	0,00%
943			prépondérant	1	0,00%	convenable	1	0,00%	serré	2	0,00%
944			monarchiste	1	0,00%	latéral	1	0,00%	sublime	2	0,00%
945			râpeux	1	0,00%	scandinave	1	0,00%	circulaire	2	0,00%
946			enseignant	1	0,00%	pluriel	1	0,00%	avant-dernier	2	0,00%
947			arctitis	1	0,00%	anonyme	1	0,00%	futuriste	2	0,00%
948			représentatif	1	0,00%	baptiste	1	0,00%	omniprésent	2	0,00%
949			monocotylédone	1	0,00%	infectieux	1	0,00%	textile	2	0,00%
950			cube	1	0,00%	opulent	1	0,00%	littéraire	2	0,00%
951			portable	1	0,00%	atroce	1	0,00%	neutre	2	0,00%
952			lustré	1	0,00%	rayonnant	1	0,00%	destructeur	2	0,00%
953			nucléaire	1	0,00%	gazeuse gazeux	1	0,00%	strict	2	0,00%
954			pernicieux	1	0,00%	hilarant	1	0,00%	franc	2	0,00%
955			thaï	1	0,00%	limpide	1	0,00%	incomparable	2	0,00%
956			formidable	1	0,00%	néoclassiques	1	0,00%	électrogène	2	0,00%
957			médiocre	1	0,00%	gestuel	1	0,00%	armé	2	0,00%

958			liturgique	1	0,00%	militariste	1	0,00%	relaxant	2	0,00%
959			symétrique	1	0,00%	allergique	1	0,00%	éminent	2	0,00%
960			charismatique	1	0,00%	lisus	1	0,00%	praticable	2	0,00%
961			prévisible	1	0,00%	assis	1	0,00%	méritant	2	0,00%
962			dirigeant	1	0,00%	sacrificiel	1	0,00%	séduisant	2	0,00%
963			syndactylus	1	0,00%	piéton	1	0,00%	roulant	2	0,00%
964			démuni	1	0,00%	compatissant	1	0,00%	lisible	2	0,00%
965			agroalimentaire	1	0,00%	tentateur	1	0,00%	indéniable	2	0,00%
966			électronique	1	0,00%	ennemi	1	0,00%	céramique	2	0,00%
967			pubère	1	0,00%	distrayant	1	0,00%	mobilier	2	0,00%
968			informatique	1	0,00%	final	1	0,00%	féminin	2	0,00%
969			espagnol	1	0,00%	lapidaire	1	0,00%	cruel	1	0,00%
970			funéraire	1	0,00%	sournois	1	0,00%	intimiste	1	0,00%
971			revitalisant	1	0,00%	rétro	1	0,00%	obsolète	1	0,00%
972			odorant	1	0,00%	poète	1	0,00%	formé	1	0,00%
973			râpé	1	0,00%	vénéral	1	0,00%	prévu	1	0,00%
974			turbulent	1	0,00%	centralisateur	1	0,00%	débridé	1	0,00%
975			indésirable	1	0,00%	expressif	1	0,00%	renommé	1	0,00%
976			administratif	1	0,00%	conséquent	1	0,00%	athlétique	1	0,00%
977			préhensile	1	0,00%	funéraires	1	0,00%	craintif	1	0,00%
978			extraordinaire	1	0,00%	orthodoxe	1	0,00%	illusoire	1	0,00%
979			conscient	1	0,00%	formel	1	0,00%	révolu	1	0,00%
980			communal	1	0,00%	monétaire	1	0,00%	habile	1	0,00%
981			fortuné	1	0,00%	empressé	1	0,00%	ruineux	1	0,00%
982			démesuré	1	0,00%	méfiant	1	0,00%	définitif	1	0,00%
983			préhistorique	1	0,00%	off	1	0,00%	tristounet	1	0,00%
984			cursif	1	0,00%	franco-siamois	1	0,00%	aphrodisiaque	1	0,00%
985			écarlate	1	0,00%	malaiso-thaïlandaise	1	0,00%	cyclotouristiques	1	0,00%
986			chronique	1	0,00%	sécessionniste	1	0,00%	fatal	1	0,00%
987			venteux	1	0,00%	mystique	1	0,00%	équitable	1	0,00%
988			inondé	1	0,00%	nonchalant	1	0,00%	expéditionnaire	1	0,00%
989			minéral	1	0,00%	atavique	1	0,00%	huileux	1	0,00%
990			lyrique	1	0,00%	vétérinaire	1	0,00%	émissaire	1	0,00%
991			lankaise	1	0,00%	sud-est	1	0,00%	malfaisant	1	0,00%
992			insectivore	1	0,00%	interdit	1	0,00%	déférent	1	0,00%
993			clément	1	0,00%	religieux	1	0,00%	surplombant	1	0,00%



994				parlant	1	0,00%	dit	1	0,00%	translucide	1	0,00%
995				parent	1	0,00%	reculé	1	0,00%	injustifié	1	0,00%
996				agraire	1	0,00%	anthropologique	1	0,00%	majuscule	1	0,00%
997				laïc	1	0,00%	môn-birman	1	0,00%	kilométrique	1	0,00%
998				défini	1	0,00%	bleuté	1	0,00%	forcé	1	0,00%
999				mandchou	1	0,00%	inopiné	1	0,00%	valide	1	0,00%
1000				sophistiqué	1	0,00%	sanscrit	1	0,00%	désireux	1	0,00%
1001				Gitan	1	0,00%	manuscrit	1	0,00%	favorite	1	0,00%
1002				hégémonistes	1	0,00%	paré	1	0,00%	pavillonnaire	1	0,00%
1003				compatibles	1	0,00%	paternel	1	0,00%	lustral	1	0,00%
1004				cuit	1	0,00%	informe	1	0,00%	héroïque	1	0,00%
1005				pentu	1	0,00%	multirisque	1	0,00%	traversé	1	0,00%
1006				rongeur	1	0,00%	exigu	1	0,00%	rigide	1	0,00%
1007				voyageur	1	0,00%	anthropomorphique	1	0,00%	boueux	1	0,00%
1008				dynamique	1	0,00%	terrifiant	1	0,00%	pâle	1	0,00%
1009				épiphyte	1	0,00%	gravé	1	0,00%	inique	1	0,00%
1010				tournant	1	0,00%	émouvant	1	0,00%	fonctionnel	1	0,00%
1011				citron	1	0,00%	ultramoderne	1	0,00%	indirect	1	0,00%
1012				émincé	1	0,00%	minutieux	1	0,00%	indépendantiste	1	0,00%
1013				onzième	1	0,00%	isolant	1	0,00%	climatique	1	0,00%
1014				démographique	1	0,00%	antirabique	1	0,00%	indestructible	1	0,00%
1015				félin	1	0,00%	viral	1	0,00%	dînatoire	1	0,00%
1016				tortu	1	0,00%	fêru	1	0,00%	malencontreux	1	0,00%
1017				thaïs	1	0,00%	non-résident	1	0,00%	monotone	1	0,00%
1018				expérimental	1	0,00%	disciplinaire	1	0,00%	bangkokienne	1	0,00%
1019				religion-royauté	1	0,00%	simplissimes	1	0,00%	prenant	1	0,00%
1020				sanglant	1	0,00%	monstre	1	0,00%	gourmand	1	0,00%
1021				cinématographique	1	0,00%	cinquante	1	0,00%	multipoches	1	0,00%
1022				matelassé	1	0,00%	atypique	1	0,00%	provisoire	1	0,00%
1023				blindé	1	0,00%	clinquant	1	0,00%	asexué	1	0,00%
1024				métropolitain	1	0,00%	gras	1	0,00%	vivace	1	0,00%
1025				insuffisant	1	0,00%	ténu	1	0,00%	creux	1	0,00%
1026				courageux	1	0,00%	cutané	1	0,00%	effectif	1	0,00%
1027				incessant	1	0,00%	humoriste	1	0,00%	éblouissant	1	0,00%
1028				latin	1	0,00%	apocryphe	1	0,00%	normand	1	0,00%
1029				cadencé	1	0,00%	indo-malais	1	0,00%	nationaliste	1	0,00%

1030				inégalé	1	0,00%	turque	1	0,00%	anniversaire	1	0,00%
1031				sonnant	1	0,00%	exsangue	1	0,00%	respiratoire	1	0,00%
1032				crocodylus	1	0,00%	faste	1	0,00%	convenable	1	0,00%
1033				curieux	1	0,00%	cultural	1	0,00%	articulaire	1	0,00%
1034				globuleux	1	0,00%	graphique	1	0,00%	propret	1	0,00%
1035				tombant	1	0,00%	pantagruélique	1	0,00%	pluriel	1	0,00%
1036				fantastique	1	0,00%	respectif	1	0,00%	documentaire	1	0,00%
1037				ambré	1	0,00%	tape-à-l'œil	1	0,00%	hautain	1	0,00%
1038				courbe	1	0,00%	ultra-libéral	1	0,00%	participatif	1	0,00%
1039				gagnant	1	0,00%	remis	1	0,00%	atroce	1	0,00%
1040				duveteux	1	0,00%	têtu	1	0,00%	indéchiffrable	1	0,00%
1041				statuaire	1	0,00%	Aniconique	1	0,00%	tarifaire	1	0,00%
1042				enrichissant	1	0,00%	compliqué	1	0,00%	imprimant	1	0,00%
1043				dévastateur	1	0,00%	mafieux	1	0,00%	immortel	1	0,00%
1044				cadet	1	0,00%	royale	1	0,00%	modulables	1	0,00%
1045				suisse	1	0,00%	insupportable	1	0,00%	exécutif	1	0,00%
1046				aristocrate	1	0,00%	inséparable	1	0,00%	gazeuse gazeux	1	0,00%
1047				phrygien	1	0,00%	avide	1	0,00%	structuré	1	0,00%
1048				verdâtre	1	0,00%	violet	1	0,00%	nuisible	1	0,00%
1049				prêt	1	0,00%	pluriséculaire	1	0,00%	donneur	1	0,00%
1050				électoral	1	0,00%	impatient	1	0,00%	gestuel	1	0,00%
1051				bienveillant	1	0,00%	préférable	1	0,00%	lilloise	1	0,00%
1052				régence	1	0,00%	valorisant	1	0,00%	réflexe	1	0,00%
1053				quitte	1	0,00%	ambigu	1	0,00%	annexe	1	0,00%
1054				pentatonique	1	0,00%	frit	1	0,00%	mutuel	1	0,00%
1055				typique	1	0,00%	bondé	1	0,00%	transsexuels	1	0,00%
1056				intégrant	1	0,00%	ovoïde	1	0,00%	assassin	1	0,00%
1057				pourvu	1	0,00%	antiseptique	1	0,00%	inacceptable	1	0,00%
1058				nuageux	1	0,00%	gluant	1	0,00%	sanguinolent	1	0,00%
1059				invariable	1	0,00%	riverain	1	0,00%	inaperçu	1	0,00%
1060				unanime	1	0,00%	dépliant	1	0,00%	remontant	1	0,00%
1061				distant	1	0,00%	affairé	1	0,00%	comique	1	0,00%
1062				panthéiste	1	0,00%	suspect	1	0,00%	hallucinogène	1	0,00%
1063				opiacé	1	0,00%	consentant	1	0,00%	gracile	1	0,00%
1064				thibetanus	1	0,00%	modernisateur	1	0,00%	gaillard	1	0,00%
1065				Son	1	0,00%	parlementaire	1	0,00%	indescriptible	1	0,00%

1066			canonique	1	0,00%	immobile	1	0,00%	mi-malaise	1	0,00%
1067			payant	1	0,00%	ordinateur	1	0,00%	gardé	1	0,00%
1068			loyal	1	0,00%	détonante	1	0,00%	lapidaire	1	0,00%
1069			capitaliste	1	0,00%	étudiant	1	0,00%	abusif	1	0,00%
1070			flamboyant	1	0,00%	répugnant	1	0,00%	fracassant	1	0,00%
1071			politique	1	0,00%	saisissant	1	0,00%	omnipotent	1	0,00%
1072			australoiïde	1	0,00%	instructif	1	0,00%	défavorable	1	0,00%
1073			évolutif	1	0,00%	novice	1	0,00%	synodique	1	0,00%
1074			démocrate	1	0,00%	manu	1	0,00%	méchamment	1	0,00%
1075			symptomatique	1	0,00%	levant	1	0,00%	dominicain	1	0,00%
1076			payable	1	0,00%	antibiotique	1	0,00%	écrasé	1	0,00%
1077			grossier	1	0,00%	rêveur	1	0,00%	angkorienne	1	0,00%
1078			épineux	1	0,00%	bariolé	1	0,00%	aventureux	1	0,00%
1079			multicolore	1	0,00%	musculaire	1	0,00%	ami	1	0,00%
1080			grandiose	1	0,00%	convaincant	1	0,00%	mystique	1	0,00%
1081			télégraphique	1	0,00%	granitique	1	0,00%	endurant	1	0,00%
1082			brunâtre	1	0,00%	relax	1	0,00%	imprévu	1	0,00%
1083			indique	1	0,00%	immuable	1	0,00%	vétérinaire	1	0,00%
1084			ferme	1	0,00%	romain	1	0,00%	combiné	1	0,00%
1085			fondé	1	0,00%	bizarre	1	0,00%	interdit	1	0,00%
1086			potager	1	0,00%	crasseux	1	0,00%	vigilant	1	0,00%
1087			friand	1	0,00%	méditerranéen	1	0,00%	sismique	1	0,00%
1088			textile	1	0,00%	romanesque	1	0,00%	huitième	1	0,00%
1089			sauf	1	0,00%	mémorable	1	0,00%	moitié-thaïlandais	1	0,00%
1090			littéraire	1	0,00%	périlleux	1	0,00%	dit	1	0,00%
1091			inhabituel	1	0,00%	incorruptible	1	0,00%	succinct	1	0,00%
1092			pers	1	0,00%	moribond	1	0,00%	pareil	1	0,00%
1093			pudique	1	0,00%	docile	1	0,00%	monacal	1	0,00%
1094			botanique	1	0,00%	serein	1	0,00%	béant	1	0,00%
1095			inde-asiatique	1	0,00%	vineyard	1	0,00%	complice	1	0,00%
1096			impressionnant	1	0,00%	écologique	1	0,00%	regrettable	1	0,00%
1097			cristatus	1	0,00%	monarchique	1	0,00%	aquilin	1	0,00%
1098			nutritif	1	0,00%	sympa	1	0,00%	embryonnaire	1	0,00%
1099			arrière	1	0,00%	37e	1	0,00%	ambiant	1	0,00%
1100			nominatif	1	0,00%	éclectique	1	0,00%	insalubre	1	0,00%
1101			crématoire	1	0,00%	méto	1	0,00%	rigolo	1	0,00%

1102				ivre	1	0,00%	brave	1	0,00%	solitaire	1	0,00%
1103				périphérique	1	0,00%	édifiant	1	0,00%	explicatif	1	0,00%
1104				pédagogique	1	0,00%	informel	1	0,00%	adjectif	1	0,00%
1105				épiphytique	1	0,00%	éloquent	1	0,00%	ambitieux	1	0,00%
1106				somptueux	1	0,00%	affamé	1	0,00%	protestant	1	0,00%
1107				pop	1	0,00%	trionphant	1	0,00%	contemplatif	1	0,00%
1108				méritant	1	0,00%	parasite	1	0,00%	perplexe	1	0,00%
1109				Déclarés	1	0,00%	gay	1	0,00%	recevable	1	0,00%
1110				sain	1	0,00%	métallique	1	0,00%	émouvant	1	0,00%
1111				pyramidal	1	0,00%	industrieux	1	0,00%	antirabique	1	0,00%
1112				mini	1	0,00%	dévolu	1	0,00%	duplex	1	0,00%
1113				sûr	1	0,00%	multilingue	1	0,00%	digital	1	0,00%
1114				semi-précieux	1	0,00%	tricéphale	1	0,00%	pulmonaire	1	0,00%
1115				Leurs	1	0,00%	indicateur	1	0,00%	sino-tibétaine	1	0,00%
1116				hépatique	1	0,00%	envoûtant	1	0,00%	bactérien	1	0,00%
1117				major	1	0,00%	contigu	1	0,00%	contractuel	1	0,00%
1118				aigu	1	0,00%	tacite	1	0,00%	audiovisuel	1	0,00%
1119				bante	1	0,00%	insultant	1	0,00%	ergonomique	1	0,00%
1120				mousse	1	0,00%	verni	1	0,00%	vacciné	1	0,00%
1121				grège	1	0,00%	humiliant	1	0,00%	dentaire	1	0,00%
1122				vierge	1	0,00%	vite	1	0,00%	salin	1	0,00%
1123				sangue	1	0,00%	renversé	1	0,00%	atypique	1	0,00%
1124				mimétique	1	0,00%	facultatif	1	0,00%	flatteur	1	0,00%
1125				parlé	1	0,00%	féministe	1	0,00%	encombrant	1	0,00%
1126				Ouest	1	0,00%	funiculaire	1	0,00%	approchant	1	0,00%
1127				graminée	1	0,00%	frontal	1	0,00%	intentionné	1	0,00%
1128				superbe	1	0,00%	venimeux	1	0,00%	constant	1	0,00%
1129				céleste	1	0,00%	impair	1	0,00%	muet	1	0,00%
1130				poète	1	0,00%	mirobolant	1	0,00%	cutané	1	0,00%
1131				acide	1	0,00%	conforme	1	0,00%	partisan	1	0,00%
1132							vendu	1	0,00%	épuisant	1	0,00%
1133							filial	1	0,00%	archaïque	1	0,00%
1134							distinctif	1	0,00%	majoritaire	1	0,00%
1135							créateur	1	0,00%	infâme	1	0,00%
1136							défunt	1	0,00%	rigoureux	1	0,00%
1137							riant	1	0,00%	porte	1	0,00%

1138						probable	1	0,00%	marron	1	0,00%
1139						déficient	1	0,00%	sage	1	0,00%
1140						american	1	0,00%	mafieux	1	0,00%
1141						hot	1	0,00%	insupportable	1	0,00%
1142						prohibitif	1	0,00%	avide	1	0,00%
1143						fruitier	1	0,00%	créatif	1	0,00%
1144						désaffecté	1	0,00%	unisexe	1	0,00%
1145						naissant	1	0,00%	intéressant	1	0,00%
1146						excentrique	1	0,00%	intrépide	1	0,00%
1147						bicolore	1	0,00%	indo-chinois	1	0,00%
1148						compact	1	0,00%	voleur	1	0,00%
1149						ininterrompu	1	0,00%	aîné	1	0,00%
1150						locomotif	1	0,00%	javanais	1	0,00%
1151						immodeste	1	0,00%	cyrillique	1	0,00%
1152						bénévole	1	0,00%	récalcitrant	1	0,00%
1153						olympique	1	0,00%	honorifique	1	0,00%
1154						mat	1	0,00%	mollet	1	0,00%
1155						indifférent	1	0,00%	applicable	1	0,00%
1156						plain	1	0,00%	infini	1	0,00%
1157						adorable	1	0,00%	galopant	1	0,00%
1158						joyeux	1	0,00%	marxiste	1	0,00%
1159						moqueur	1	0,00%	pertinent	1	0,00%
1160						laxatif	1	0,00%	expert	1	0,00%
1161						implicite	1	0,00%	musculaire	1	0,00%
1162						perspectif	1	0,00%	économe	1	0,00%
1163						léthargique	1	0,00%	stérile	1	0,00%
1164						humble	1	0,00%	synthétique	1	0,00%
1165						sanguin	1	0,00%	incarné	1	0,00%
1166						monumentaux	1	0,00%	impassible	1	0,00%
1167						inexact	1	0,00%	persistant	1	0,00%
1168						figuratif	1	0,00%	désertique	1	0,00%
1169						bénigne	1	0,00%	aborigène	1	0,00%
1170						boursier	1	0,00%	vrombissant	1	0,00%
1171						finissant	1	0,00%	neuvième	1	0,00%
1172						fiscal	1	0,00%	défoncé	1	0,00%
1173						bangkokiens	1	0,00%	mémorable	1	0,00%

1174						triangulaire	1	0,00%	subaquatique	1	0,00%
1175						foncier	1	0,00%	omnibus	1	0,00%
1176						open	1	0,00%	voisins	1	0,00%
1177						moelleux	1	0,00%	illustre	1	0,00%
1178						amer	1	0,00%	p'tit	1	0,00%
1179						squelettique	1	0,00%	respectueux	1	0,00%
1180						âpre	1	0,00%	serein	1	0,00%
1181						auguste	1	0,00%	durable	1	0,00%
1182						didactique	1	0,00%	hyperbare	1	0,00%
1183						spartiate	1	0,00%	visuel	1	0,00%
1184						effréné	1	0,00%	hygiénique	1	0,00%
1185						perfide	1	0,00%	métro	1	0,00%
1186						obèse	1	0,00%	grimpeur	1	0,00%
1187						excessif	1	0,00%	semble	1	0,00%
1188						lu	1	0,00%	métallique	1	0,00%
1189						odorante	1	0,00%	populiste	1	0,00%
1190						arborescent	1	0,00%	offshore	1	0,00%
1191						pétillant	1	0,00%	diététique	1	0,00%
1192						éventuel	1	0,00%	multilingue	1	0,00%
1193						raide	1	0,00%	ludique	1	0,00%
1194						grégorien	1	0,00%	imaginatif	1	0,00%
1195						fluide	1	0,00%	catastrophique	1	0,00%
1196						breton	1	0,00%	européanisé	1	0,00%
1197						ci-contre	1	0,00%	multimédia	1	0,00%
1198						négatif	1	0,00%	insistant	1	0,00%
1199						intraduisible	1	0,00%	impair	1	0,00%
1200						intramuros	1	0,00%	animalière	1	0,00%
1201						gouvernemental	1	0,00%	douteur douteux	1	0,00%
1202						hétéroclite	1	0,00%	postindustriel	1	0,00%
1203						maintes	1	0,00%	insecticide	1	0,00%
1204						inclus	1	0,00%	suggestif	1	0,00%
1205						adverse	1	0,00%	filial	1	0,00%
1206						meurtrier	1	0,00%	émeraude	1	0,00%
1207						jumelle	1	0,00%	approbateur	1	0,00%
1208						digeste	1	0,00%	vagabond	1	0,00%
1209						insaisissable	1	0,00%	négociable	1	0,00%

1210						primordial	1	0,00%	ajouré	1	0,00%
1211						pressant	1	0,00%	portuaire	1	0,00%
1212						éphémère	1	0,00%	défunt	1	0,00%
1213						polygonal	1	0,00%	imputable	1	0,00%
1214						pressé	1	0,00%	épique	1	0,00%
1215						escarpé	1	0,00%	hot	1	0,00%
1216						provocateur	1	0,00%	concurrent	1	0,00%
1217						tranché	1	0,00%	fruitier	1	0,00%
1218						bicentenaire	1	0,00%	vibrant	1	0,00%
1219						volage	1	0,00%	autoritaire	1	0,00%
1220						voyant	1	0,00%	chevronné	1	0,00%
1221						portière	1	0,00%	accompagnants	1	0,00%
1222						laiteux	1	0,00%	excentrique	1	0,00%
1223						combattant	1	0,00%	spiritueux	1	0,00%
1224						automobile	1	0,00%	ininterrompu	1	0,00%
1225						banal	1	0,00%	tendu	1	0,00%
1226						euphorisant	1	0,00%	insurmontable	1	0,00%
1227						russe	1	0,00%	indigène	1	0,00%
1228						adoptif	1	0,00%	astronomique	1	0,00%
1229						vil	1	0,00%	parcourable	1	0,00%
1230						poli	1	0,00%	hyper-confortables	1	0,00%
1231						diplômé	1	0,00%	sale	1	0,00%
1232						gris	1	0,00%	timide	1	0,00%
1233						glauque	1	0,00%	minimaliste	1	0,00%
1234						dressé	1	0,00%	plain	1	0,00%
1235						compétent	1	0,00%	adorable	1	0,00%
1236						argentières	1	0,00%	concentrique	1	0,00%
1237						solaire	1	0,00%	intact	1	0,00%
1238						lâche	1	0,00%	importateur	1	0,00%
1239						torrentiel	1	0,00%	joyeux	1	0,00%
1240						prometteur	1	0,00%	moqueur	1	0,00%
1241						androgyné	1	0,00%	rutilant	1	0,00%
1242						sunnite	1	0,00%	humble	1	0,00%
1243						chaotique	1	0,00%	costal	1	0,00%
1244						artisan	1	0,00%	hallucinant	1	0,00%
1245						sanguinaire	1	0,00%	contraceptif	1	0,00%

1246						perspicace	1	0,00%	maniaque	1	0,00%
1247						oblique	1	0,00%	ésotérique	1	0,00%
1248						multi-	1	0,00%	bénigne	1	0,00%
1249						progressif	1	0,00%	éco	1	0,00%
1250						intègre	1	0,00%	mondain	1	0,00%
1251						provocant	1	0,00%	triangulaire	1	0,00%
1252						sud-africain	1	0,00%	poissonneux	1	0,00%
1253						incompatible	1	0,00%	utopique	1	0,00%
1254						révélateur	1	0,00%	publicitaire	1	0,00%
1255						médicale	1	0,00%	ouvrable	1	0,00%
1256						autobiographique	1	0,00%	rizicole	1	0,00%
1257						intellectuel	1	0,00%	anglo-myanmar	1	0,00%
1258						judiciaire	1	0,00%	amer	1	0,00%
1259						drôle	1	0,00%	caniculaire	1	0,00%
1260						techno	1	0,00%	auguste	1	0,00%
1261						touflant	1	0,00%	coscu	1	0,00%
1262						illimité	1	0,00%	votif	1	0,00%
1263						respectable	1	0,00%	chapardeur	1	0,00%
1264						obscur	1	0,00%	goûteux	1	0,00%
1265						tamoul	1	0,00%	dissemblable	1	0,00%
1266						impersonnel	1	0,00%	nageur	1	0,00%
1267						constitutif	1	0,00%	capable	1	0,00%
1268						volontaire	1	0,00%	lu	1	0,00%
1269						rouge	1	0,00%	centenaire	1	0,00%
1270						tonique	1	0,00%	hétéro	1	0,00%
1271						piqueniques	1	0,00%	chevelu	1	0,00%
1272						synchrétique	1	0,00%	fluide	1	0,00%
1273						high-tech	1	0,00%	contestable	1	0,00%
1274						émotionnel	1	0,00%	tendre	1	0,00%
1275						holistique	1	0,00%	polyglotte	1	0,00%
1276						paysager	1	0,00%	négatif	1	0,00%
1277						réaliste	1	0,00%	chilli	1	0,00%
1278						indigne	1	0,00%	intraduisible	1	0,00%
1279						résiliable	1	0,00%	maternel	1	0,00%
1280						continental	1	0,00%	schisteux	1	0,00%
1281						conservateur	1	0,00%	judicieux	1	0,00%



1282						rond	1	0,00%	plongeant	1	0,00%
1283						feu	1	0,00%	laid	1	0,00%
1284						passionnant	1	0,00%	contagieux	1	0,00%
1285						sorti	1	0,00%	digeste	1	0,00%
1286						préservatif	1	0,00%	meuble	1	0,00%
1287						dispos	1	0,00%	frigo	1	0,00%
1288						conflictuel	1	0,00%	bilatéral	1	0,00%
1289						utilisable	1	0,00%	pressant	1	0,00%
1290						trompeur	1	0,00%	éphémère	1	0,00%
1291						poussif	1	0,00%	alternatif	1	0,00%
1292						résistant	1	0,00%	continuuel	1	0,00%
1293						moyen-orientaux	1	0,00%	provocateur	1	0,00%
1294						coréen	1	0,00%	tenu	1	0,00%
1295						hollandais	1	0,00%	criant	1	0,00%
1296						panoramique	1	0,00%	crypté	1	0,00%
1297						réfrigérant	1	0,00%	chaste	1	0,00%
1298						Nord	1	0,00%	Annuaire	1	0,00%
1299						couché	1	0,00%	cabalistique	1	0,00%
1300						tiède	1	0,00%	combattant	1	0,00%
1301						souriant	1	0,00%	théorique	1	0,00%
1302						bavard	1	0,00%	banal	1	0,00%
1303						euphorique	1	0,00%	arable	1	0,00%
1304						anti-drogue	1	0,00%	typhoïde	1	0,00%
1305						inélucltable	1	0,00%	diplômé	1	0,00%
1306						idiomatique	1	0,00%	déboussolé	1	0,00%
1307						illuminé	1	0,00%	rampant	1	0,00%
1308						téméraire	1	0,00%	glauque	1	0,00%
1309						semi-ouvert	1	0,00%	concernés	1	0,00%
1310						choquant	1	0,00%	fade	1	0,00%
1311						amphibie	1	0,00%	désinfectant	1	0,00%
1312						futile	1	0,00%	diffus	1	0,00%
1313						principal	1	0,00%	franco-belge	1	0,00%
1314						anticholérique	1	0,00%	prometteur	1	0,00%
1315						cinquième	1	0,00%	chaotique	1	0,00%
1316						influent	1	0,00%	renouvelable	1	0,00%
1317						illustré	1	0,00%	croquant	1	0,00%

1318						inconnu	1	0,00%	préexistant	1	0,00%
1319						indu	1	0,00%	tendant	1	0,00%
1320						tissés	1	0,00%	provocant	1	0,00%
1321						rougeâtre	1	0,00%	assermenté	1	0,00%
1322						pornographique	1	0,00%	xénophobe	1	0,00%
1323						accidenté	1	0,00%	méprisant	1	0,00%
1324						immeuble	1	0,00%	infernal	1	0,00%
1325						endémique	1	0,00%	techno	1	0,00%
1326						sibyllin	1	0,00%	impuissant	1	0,00%
1327						ethniques	1	0,00%	cinquantième	1	0,00%
1328						pharmaceutique	1	0,00%	ravissant	1	0,00%
1329						hostile	1	0,00%	itinéraire	1	0,00%
1330						étale	1	0,00%	rentable	1	0,00%
1331						murales	1	0,00%	obscur	1	0,00%
1332						plusieurs	1	0,00%	bimestriel	1	0,00%
1333						néoréaliste	1	0,00%	bouilli	1	0,00%
1334						réducteur	1	0,00%	civique	1	0,00%
1335						peints	1	0,00%	éditorial	1	0,00%
1336						sédatif	1	0,00%	gavroche	1	0,00%
1337						réprimant	1	0,00%	mi-occidentales	1	0,00%
1338						mouvementé	1	0,00%	executive	1	0,00%
1339						incontrôlable	1	0,00%	sous-terrain	1	0,00%
1340						migratoire	1	0,00%	ilien	1	0,00%
1341						obligé	1	0,00%	paysager	1	0,00%
1342						amusant	1	0,00%	cosmétique	1	0,00%
1343						estival	1	0,00%	H'Mongs	1	0,00%
1344						névralgique	1	0,00%	continental	1	0,00%
1345						fabuleux	1	0,00%	conservateur	1	0,00%
1346						étagé	1	0,00%	maoïste	1	0,00%
1347						superstitieux	1	0,00%	astrologique	1	0,00%
1348						vilain	1	0,00%	communautaire	1	0,00%
1349						séropositif	1	0,00%	feu	1	0,00%
1350						péninsulaire	1	0,00%	astral	1	0,00%
1351						angkorien	1	0,00%	passionnant	1	0,00%
1352						préoccupant	1	0,00%	angélique	1	0,00%
1353						significatif	1	0,00%	dominical	1	0,00%

1354						californien	1	0,00%	conflictuel	1	0,00%
1355						irrésistible	1	0,00%	terrible	1	0,00%
1356						piquant	1	0,00%	forain	1	0,00%
1357						arrangeant	1	0,00%	résistant	1	0,00%
1358						scrupuleux	1	0,00%	définissable	1	0,00%
1359						théâtral	1	0,00%	coréen	1	0,00%
1360						concluant	1	0,00%	analogue	1	0,00%
1361						inoffensif	1	0,00%	vivrier	1	0,00%
1362						redevable	1	0,00%	familier	1	0,00%
1363						prochain	1	0,00%	biométrique	1	0,00%
1364						extravagant	1	0,00%	antidrogue	1	0,00%
1365						fleuri	1	0,00%	débrouillard	1	0,00%
1366						brahmanique	1	0,00%	hype	1	0,00%
1367						indécent	1	0,00%	opportun	1	0,00%
1368						visitable	1	0,00%	inconvenant	1	0,00%
1369						rugueux	1	0,00%	bouclé	1	0,00%
1370						kitsch	1	0,00%	hebdomadaire	1	0,00%
1371						coercitif	1	0,00%	rosé	1	0,00%
1372						élitiste	1	0,00%	incompressible	1	0,00%
1373						imprévisible	1	0,00%	Nord	1	0,00%
1374						moteur	1	0,00%	crucial	1	0,00%
1375						campagnard	1	0,00%	citadin	1	0,00%
1376						vacancier	1	0,00%	tiède	1	0,00%
1377						planétaire	1	0,00%	frénétique	1	0,00%
1378						migrant	1	0,00%	cacophonique	1	0,00%
1379						soviétique	1	0,00%	euphorique	1	0,00%
1380						factice	1	0,00%	anti-drogue	1	0,00%
1381						mitoyen	1	0,00%	tissé	1	0,00%
1382						nord	1	0,00%	socio-économique	1	0,00%
1383						corallien	1	0,00%	fruité	1	0,00%
1384						allégorique	1	0,00%	tyrannique	1	0,00%
1385						tortillard	1	0,00%	poétique	1	0,00%
1386						serpentin	1	0,00%	volant	1	0,00%
1387						padaoungs	1	0,00%	imminent	1	0,00%
1388						excusable	1	0,00%	acrobatique	1	0,00%
1389						insensible	1	0,00%	vanillé	1	0,00%

1390						festif	1	0,00%	marginal	1	0,00%
1391						émollient	1	0,00%	intéressé	1	0,00%
1392						grippal	1	0,00%	inconnu	1	0,00%
1393						thaï	1	0,00%	indu	1	0,00%
1394						égoïste	1	0,00%	abrupt	1	0,00%
1395						ardu	1	0,00%	suicidaire	1	0,00%
1396						clanique	1	0,00%	souple	1	0,00%
1397						coton	1	0,00%	requis	1	0,00%
1398						surabondant	1	0,00%	astucieux	1	0,00%
1399						ombreux	1	0,00%	insondable	1	0,00%
1400						irrespirable	1	0,00%	inhumain	1	0,00%
1401						distinct	1	0,00%	hostile	1	0,00%
1402						convivial	1	0,00%	réussi	1	0,00%
1403						impur	1	0,00%	territorial	1	0,00%
1404						fastidieux	1	0,00%	bis	1	0,00%
1405						tactique	1	0,00%	plusieurs	1	0,00%
1406						curatif	1	0,00%	continu	1	0,00%
1407						vide	1	0,00%	hypnotique	1	0,00%
1408						préféré	1	0,00%	fâcheux	1	0,00%
1409						laïque	1	0,00%	ultra-design	1	0,00%
1410						directeur	1	0,00%	méthodique	1	0,00%
1411						relevé	1	0,00%	symphonique	1	0,00%
1412						carotte	1	0,00%	diarrhéique	1	0,00%
1413						centraux	1	0,00%	extérieur	1	0,00%
1414						61e	1	0,00%	migratoire	1	0,00%
1415						mâle	1	0,00%	incertain	1	0,00%
1416						hégémonique	1	0,00%	fabuleux	1	0,00%
1417						baroque	1	0,00%	étagé	1	0,00%
1418						rassurant	1	0,00%	bimensuel	1	0,00%
1419						spatial	1	0,00%	miraculeux	1	0,00%
1420						solidaire	1	0,00%	tissu	1	0,00%
1421						couvrant	1	0,00%	pesant	1	0,00%
1422						consultable	1	0,00%	quelconque	1	0,00%
1423						islamiste	1	0,00%	hindi	1	0,00%
1424						croustillant	1	0,00%	habité	1	0,00%
1425						orangé	1	0,00%	mal	1	0,00%

1426						superflu	1	0,00%	stagnant	1	0,00%
1427						orientale	1	0,00%	significatif	1	0,00%
1428						ringard	1	0,00%	fumé	1	0,00%
1429						archétype	1	0,00%	opaque	1	0,00%
1430						symétrique	1	0,00%	reconnaissant	1	0,00%
1431						anatomique	1	0,00%	pénard	1	0,00%
1432						prévisible	1	0,00%	piquant	1	0,00%
1433						charismatique	1	0,00%	enjoué	1	0,00%
1434						déroutant	1	0,00%	théâtral	1	0,00%
1435						cassé	1	0,00%	incommodant	1	0,00%
1436						sino-portugaise	1	0,00%	invocatoire	1	0,00%
1437						feutré	1	0,00%	redevable	1	0,00%
1438						intra-muros	1	0,00%	trimestriel	1	0,00%
1439						minimal	1	0,00%	harmonique	1	0,00%
1440						naturaliste	1	0,00%	prédécoupé	1	0,00%
1441						informatique	1	0,00%	aigre-doux	1	0,00%
1442						purificateur	1	0,00%	signé	1	0,00%
1443						inesthétique	1	0,00%	alcoolique	1	0,00%
1444						semi-industrialisée	1	0,00%	torride	1	0,00%
1445						hémorragique	1	0,00%	frauduleux	1	0,00%
1446						concernés	1	0,00%	brillant	1	0,00%
1447						odorant	1	0,00%	francophile	1	0,00%
1448						signalé	1	0,00%	imprévisible	1	0,00%
1449						fortuné	1	0,00%	naval	1	0,00%
1450						distrain	1	0,00%	frustrant	1	0,00%
1451						systématique	1	0,00%	observable	1	0,00%
1452						pluvieux	1	0,00%	dynastique	1	0,00%
1453						divergent	1	0,00%	informatif	1	0,00%
1454						complaisant	1	0,00%	soviétique	1	0,00%
1455						sauté	1	0,00%	heureux	1	0,00%
1456						douanier	1	0,00%	insignifiant	1	0,00%
1457						patrimonial	1	0,00%	laborieux	1	0,00%
1458						pantois	1	0,00%	éploré	1	0,00%
1459						chronique	1	0,00%	mitoyen	1	0,00%
1460						décourageant	1	0,00%	avenant	1	0,00%
1461						gauchisant	1	0,00%	robuste	1	0,00%

1462						chilien	1	0,00%	sous-marines	1	0,00%
1463						terne	1	0,00%	crumble	1	0,00%
1464						licite	1	0,00%	surnaturel	1	0,00%
1465						cocasse	1	0,00%	soudain	1	0,00%
1466						frugal	1	0,00%	bilingue	1	0,00%
1467						impérial	1	0,00%	insensible	1	0,00%
1468						exténuant	1	0,00%	faisable	1	0,00%
1469						fertile	1	0,00%	mixte	1	0,00%
1470						laïc	1	0,00%	malchanceux	1	0,00%
1471						occasionnel	1	0,00%	divin	1	0,00%
1472						fauve	1	0,00%	minime	1	0,00%
1473						favorable	1	0,00%	grandissant	1	0,00%
1474						débrillé	1	0,00%	dégressif	1	0,00%
1475						voyageur	1	0,00%	photographique	1	0,00%
1476						mort	1	0,00%	sous-développé	1	0,00%
1477						ethnologique	1	0,00%	intérimaire	1	0,00%
1478						simplissime	1	0,00%	pris	1	0,00%
1479						dynamique	1	0,00%	clandestin	1	0,00%
1480						Luxe	1	0,00%	librairie-maritime	1	0,00%
1481						épiphyte	1	0,00%	fébrile	1	0,00%
1482						arrogant	1	0,00%	vénitien	1	0,00%
1483						apparent	1	0,00%	confidentiel	1	0,00%
1484						semblable	1	0,00%	indou	1	0,00%
1485						déplaisant	1	0,00%	fastidieux	1	0,00%
1486						évanoui	1	0,00%	curatif	1	0,00%
1487						communicatif	1	0,00%	magnétique	1	0,00%
1488						inadapté	1	0,00%	préféré	1	0,00%
1489						benoît	1	0,00%	diluvien	1	0,00%
1490						reluisant	1	0,00%	géopolitique	1	0,00%
1491						crustacé	1	0,00%	corporel	1	0,00%
1492						tortu	1	0,00%	prépondérant	1	0,00%
1493						out	1	0,00%	mâle	1	0,00%
1494						troublant	1	0,00%	karen	1	0,00%
1495						avoisinant	1	0,00%	adhésif	1	0,00%
1496						expérimental	1	0,00%	forfaitaire	1	0,00%
1497						allongé	1	0,00%	baroque	1	0,00%

1498						regardant	1	0,00%	néerlandais	1	0,00%
1499						cinématographique	1	0,00%	Asie-Pacifique	1	0,00%
1500						équivalent	1	0,00%	pneumatique	1	0,00%
1501						pratiquant	1	0,00%	égaré	1	0,00%
1502						drastique	1	0,00%	décrépit	1	0,00%
1503						empirique	1	0,00%	vain	1	0,00%
1504						voluptueux	1	0,00%	mécontent	1	0,00%
1505						topographique	1	0,00%	représentatif	1	0,00%
1506						travailleur	1	0,00%	compresseur	1	0,00%
1507						vigoureux	1	0,00%	couvrant	1	0,00%
1508						métaphysique	1	0,00%	technologique	1	0,00%
1509						hasardeux	1	0,00%	militant	1	0,00%
1510						courageux	1	0,00%	consultable	1	0,00%
1511						digestif	1	0,00%	islamiste	1	0,00%
1512						altier	1	0,00%	croustillant	1	0,00%
1513						imprudent	1	0,00%	commercial	1	0,00%
1514						coopératif	1	0,00%	tardif	1	0,00%
1515						passager	1	0,00%	strident	1	0,00%
1516						compréhensif	1	0,00%	compressible	1	0,00%
1517						inattentif	1	0,00%	aigret	1	0,00%
1518						polluant	1	0,00%	médiocre	1	0,00%
1519						parlours	1	0,00%	répréhensible	1	0,00%
1520						anglosiamois	1	0,00%	cassé	1	0,00%
1521						âcre	1	0,00%	malaisien	1	0,00%
1522						universitaire	1	0,00%	arbitraire	1	0,00%
1523						ample	1	0,00%	palpitant	1	0,00%
1524						inconscient	1	0,00%	agroalimentaire	1	0,00%
1525						statuaire	1	0,00%	feutré	1	0,00%
1526						mélodieux	1	0,00%	électronique	1	0,00%
1527						suisse	1	0,00%	chagrin	1	0,00%
1528						troublé	1	0,00%	marquant	1	0,00%
1529						désespéré	1	0,00%	introuvable	1	0,00%
1530						foisonnant	1	0,00%	cartographique	1	0,00%
1531						alluvial	1	0,00%	consécutif	1	0,00%
1532						ponctuel	1	0,00%	écœurant	1	0,00%
1533						explosif	1	0,00%	hémorragique	1	0,00%

1534						pourri	1	0,00%	odorant	1	0,00%
1535						hyper-libéral	1	0,00%	sanskrit	1	0,00%
1536						bienheureux	1	0,00%	fondant	1	0,00%
1537						substantiel	1	0,00%	signalé	1	0,00%
1538						entreprenant	1	0,00%	autochtone	1	0,00%
1539						malade	1	0,00%	envahissant	1	0,00%
1540						intégrant	1	0,00%	aveugle	1	0,00%
1541						éducatif	1	0,00%	proéminent	1	0,00%
1542						invariable	1	0,00%	copieur copieux	1	0,00%
1543						attentionné	1	0,00%	gréseux	1	0,00%
1544						unanime	1	0,00%	préhistorique	1	0,00%
1545						médicinal	1	0,00%	aristocratique	1	0,00%
1546						capricieux	1	0,00%	chronique	1	0,00%
1547						naïf	1	0,00%	43,7	1	0,00%
1548						facétieux	1	0,00%	férir	1	0,00%
1549						loyal	1	0,00%	joignables	1	0,00%
1550						dépendant	1	0,00%	instructeur	1	0,00%
1551						inclinables	1	0,00%	chilien	1	0,00%
1552						convergent	1	0,00%	pensant	1	0,00%
1553						Oxide	1	0,00%	sexy	1	0,00%
1554						noir	1	0,00%	désuet	1	0,00%
1555						ouvragé	1	0,00%	géologique	1	0,00%
1556						délétère	1	0,00%	admirable	1	0,00%
1557						fou	1	0,00%	driving	1	0,00%
1558						tricolore	1	0,00%	franco-écossaise	1	0,00%
1559						décapotable	1	0,00%	toxique	1	0,00%
1560						transsexuel	1	0,00%	multi-culturelle	1	0,00%
1561						suffisant	1	0,00%	compatibles	1	0,00%
1562						paradoxal	1	0,00%	pentu	1	0,00%
1563						grossier	1	0,00%	ultra-bruyante	1	0,00%
1564						affligeant	1	0,00%	gent	1	0,00%
1565						indique	1	0,00%	mort	1	0,00%
1566						Fondateur	1	0,00%	flexible	1	0,00%
1567						ferme	1	0,00%	vindictif	1	0,00%
1568						inodore	1	0,00%	enivrant	1	0,00%
1569						phallique	1	0,00%	magistral	1	0,00%



1570						friand	1	0,00%	antidiarrhéiques	1	0,00%
1571						mammaire	1	0,00%	discutable	1	0,00%
1572						littéraire	1	0,00%	communicatif	1	0,00%
1573						municipal	1	0,00%	émincé	1	0,00%
1574						inexpugnable	1	0,00%	préjudiciable	1	0,00%
1575						tenace	1	0,00%	reluisant	1	0,00%
1576						indochinois	1	0,00%	subtil	1	0,00%
1577						bourdonnant	1	0,00%	crustacé	1	0,00%
1578						nord	1	0,00%	perpétuel	1	0,00%
1579						suédois	1	0,00%	basquaise	1	0,00%
1580						complémentaire	1	0,00%	avoisinant	1	0,00%
1581						lymphatique	1	0,00%	regardant	1	0,00%
1582						donnant	1	0,00%	thaïe-chinoise	1	0,00%
1583						connu	1	0,00%	rapace	1	0,00%
1584						dermatologique	1	0,00%	académique	1	0,00%
1585						outré-Atlantique	1	0,00%	meter	1	0,00%
1586						périphérique	1	0,00%	composite	1	0,00%
1587						maints	1	0,00%	séparable	1	0,00%
1588						voyager	1	0,00%	latin	1	0,00%
1589						routinier	1	0,00%	cathédral	1	0,00%
1590						envisageable	1	0,00%	nourrissant	1	0,00%
1591						perlé	1	0,00%	inégalé	1	0,00%
1592						mu	1	0,00%	expat	1	0,00%
1593						cruciforme	1	0,00%	digestif	1	0,00%
1594						séduisant	1	0,00%	dommageable	1	0,00%
1595						royal	1	0,00%	hollywoodien	1	0,00%
1596						mini	1	0,00%	péjoratif	1	0,00%
1597						néogothique	1	0,00%	coopératif	1	0,00%
1598						pair	1	0,00%	compréhensif	1	0,00%
1599						élu	1	0,00%	84e	1	0,00%
1600						eco	1	0,00%	indemne	1	0,00%
1601						indéniable	1	0,00%	thaï-balinais	1	0,00%
1602						écotouristique	1	0,00%	puisque'elles	1	0,00%
1603						aigu	1	0,00%	fantastique	1	0,00%
1604						fluo	1	0,00%	tombant	1	0,00%
1605						mousse	1	0,00%	bénite	1	0,00%

1606						absent	1	0,00%	sensationnel	1	0,00%
1607						transparent	1	0,00%	imitateur	1	0,00%
1608						météo	1	0,00%	tout-terrain	1	0,00%
1609						adroit	1	0,00%	franchissable	1	0,00%
1610						intemporel	1	0,00%	acid	1	0,00%
1611						assidu	1	0,00%	ample	1	0,00%
1612						piteux	1	0,00%	inconscient	1	0,00%
1613							9370		enrichissant	1	0,00%
1614									XVe-XIXe	1	0,00%
1615									cumulatif	1	0,00%
1616									malaisé	1	0,00%
1617									néo-gothique	1	0,00%
1618									succulent	1	0,00%
1619									intraveineux	1	0,00%
1620									alluvial	1	0,00%
1621									aiguë	1	0,00%
1622									junior	1	0,00%
1623									existentialiste	1	0,00%
1624									objectif	1	0,00%
1625									ostentatoire	1	0,00%
1626									aromathérapeutique	1	0,00%
1627									vivant	1	0,00%
1628									quitte	1	0,00%
1629									invariable	1	0,00%
1630									amateur	1	0,00%
1631									naïf	1	0,00%
1632									incontrôlé	1	0,00%
1633									dépendant	1	0,00%
1634									flamboyant	1	0,00%
1635									antidiarrhéique	1	0,00%
1636									désirant	1	0,00%
1637									farang	1	0,00%
1638									stérilisateur	1	0,00%
1639									douceâtre	1	0,00%
1640									démocrate	1	0,00%
1641									élyséen	1	0,00%

1642										cantonaise	1	0,00%
1643										télégraphique	1	0,00%
1644										collant	1	0,00%
1645										soûl	1	0,00%
1646										demeuré	1	0,00%
1647										antique	1	0,00%
1648										autrichien	1	0,00%
1649										surfait	1	0,00%
1650										médiatique	1	0,00%
1651										déclinant	1	0,00%
1652										inhabituel	1	0,00%
1653										municipal	1	0,00%
1654										tenace	1	0,00%
1655										niçois	1	0,00%
1656										pers	1	0,00%
1657										négligeable	1	0,00%
1658										botanique	1	0,00%
1659										addicts	1	0,00%
1660										attachant	1	0,00%
1661										annamite	1	0,00%
1662										réprobateur	1	0,00%
1663										décimal	1	0,00%
1664										tectonique	1	0,00%
1665										flambant	1	0,00%
1666										donnant	1	0,00%
1667										utilitaire	1	0,00%
1668										ardoise	1	0,00%
1669										extrascolaire	1	0,00%
1670										inavouable	1	0,00%
1671										pédagogique	1	0,00%
1672										ecclésiastique	1	0,00%
1673										XIIe-XIIIe	1	0,00%
1674										menaçant	1	0,00%
1675										long-courrier	1	0,00%
1676										étonnante	1	0,00%
1677										ultra	1	0,00%

1678										sain	1	0,00%
1679										pyramidal	1	0,00%
1680										rubrique	1	0,00%
1681										tolérant	1	0,00%
1682										sourd	1	0,00%
1683										tributaire	1	0,00%
1684										Leurs	1	0,00%
1685										martial	1	0,00%
1686										hépatique	1	0,00%
1687										pachyderme	1	0,00%
1688										absent	1	0,00%
1689										énigmatique	1	0,00%
1690										écolier	1	0,00%
1691										rentré	1	0,00%
1692										irréfléchi	1	0,00%
1693										ultime	1	0,00%
1694										nuisibles	1	0,00%
1695										céleste	1	0,00%
1696										piteux	1	0,00%
											15154	

## Annexe 2

### La catégorisation des adjectifs axiologiques basée sur l'*attitude* de l'Appraisal (Martin et White, 2005)

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclination	Bonheur	Satisfaction	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffection	Malheur	Insatisfaction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Véracité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
1	abordable										22		1		/			
2	acceptable						1								15	/		
3	accessible												105		/			
4	accueillant						3				22				/			
5	actif						1				4				/			
6	agréable									204					/			
7	amusant					7				2					/			
8	ancien										76						/	
9	appétissant										11				/			
10	attirant					2				5					/			
11	attractif									14					/			
12	authentique													29	/			
13	avantageux					1								13	/			
14	beau										406				/			
15	bénéfique						12								/			
16	bon										457				/			
17	brillant						2							7	/			
18	calme			1			6				73				/			
19	capable						10							0	/			
20	célèbre													88	/			

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation				Polarité			
		Inclination	Bonheur	Satisfaction	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffection	Malheur	Insatisfaction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Vérité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
21	charmant					0					60					/		
22	chaud											15						/
23	cher											171						/
24	chic											30				/		
25	clair											35		9		/		
26	commode													6	5	/		
27	complexe													9			/	
28	confortable			0							94					/		
29	convivial										41					/		
30	correct								47							/		
31	dangereux					8					19						/	
32	délicat											21						/
33	délicieux											19				/		
34	difficile													49			/	
35	doux										35					/		
36	dur							9									/	
37	effectif					0									3	/		
38	efficace					2						20				/		
39	élégant										17					/		
40	étincelant											3				/		
41	étonnant				1						18							/
42	excellent											121				/		
43	exceptionnel														33	/		

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclination	Bonheur	Satisfaction	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffection	Malheur	Insatisfaction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Véracité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
44	exotique					1									21			/
45	exquis											17				/		
46	facile												42			/		
47	faible						6					14					/	
48	fameux														62	/		
49	faux								2			3			14		/	
50	favorable					0					11					/		
51	favori										12					/		
52	fiable							10								/		
53	fidèle							10								/		
54	fin											27				/		
55	fort											48				/		
56	frais											42				/		
57	froid											1					/	
58	gai		0								4					/		
59	gracieux										10					/		
60	grave						5								24		/	
61	heureux		17													/		
62	idéal					50									18	/		
63	illégal								2						2		/	
64	impeccable						0					21				/		
65	impoli									5							/	
66	impossible						15						4				/	

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclina- tion	Bonheu- r	Satisfac- tion	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valoris- ation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffe- ction	Malheur	Insatisfa- ction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Vérité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
67	impressionnant					1									35			/
68	intéressant										125					/		
69	inutile						10								6		/	
70	joli										105					/		
71	joyeux		0								6					/		
72	juste									20						/		
73	léger										9					/		
74	lent						12										/	
75	libre				8							19						/
76	lourd						1					7					/	
77	luxueux											36				/		
78	magique											20				/		
79	magnifique											80				/		
80	mauvais											57					/	
81	meilleur					151										/		
82	moderne					36										/		
83	modeste									0		34						/
84	moyen											26					/	
85	naturel					2						14				/		
86	négatif					3											/	
87	neuf											1				/		
88	noble					1									15	/		
89	nouveau					0						4				/		



N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclina- tion	Bonheu- r	Satisfac- tion	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisa- tion	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffe- ction	Malheur	Insatisfa- ction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Véracité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexi- té				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
90	original					0									53	/		
91	paisible																/	
92	pauvre																/	
93	poli									7							/	
94	possible														107		/	
95	pratique														53		/	
96	précieux														57		/	
97	préférable					21									1		/	
98	prestigieux					1									8		/	
99	propice					4									14		/	
100	propre														41		/	
101	puissant														23			/
102	pur														17		/	
103	raffiné														45		/	
104	raisonnable														0		/	
105	rapide														18		/	
106	remarquable														45		/	
107	reposant														9		/	
108	responsable														8		/	
109	riche														49		/	
110	romantique														19		/	
111	savoureux														30		/	
112	sensible														10		/	

N°	Adjectif	Affect				Jugement					Appréciation					Polarité		
		Inclination	Bonheur	Satisfaction	Sécurité	Estime sociale			Sanction sociale		Réaction		Composition		Valorisation	Positive	Négative	Ambiguë
		Désaffection	Malheur	Insatisfaction	Insécurité	Normalité	Capacité	Ténacité	Vérité	Éthique	Impact	Qualité	Équilibre	Complexité				
		AID	ABM	ASI	ASEI	JESN	JESC	JEST	JSSV	JSSE	ApRI	ApRQ	ApCE	ApCC				
113	simple										103		26				/	
114	solide						1				9					/		
115	sombre										1					/		
116	souple						3				1						/	
117	spacieux										51					/		
118	spécial					3								14		/		
119	spectaculaire										40					/		
120	splendide										17					/		
121	strict					7										/		
122	subtil					2					11						/	
123	superbe					0					19			34		/		
124	sympathique			4							48					/		
125	tendre										4					/		
126	toxique										2					/		
127	tranquille			2							85					/		
128	typique					1								38		/		
129	unique					0								30		/		
130	utile						8							65		/		
131	vieux					0					11						/	
132	violent					4					8					/		
133	vrai								8		17			25		/		
To tale	5485	0	17	7	12	306	263	28	59	32	741	2828	50	358	782			
	Pourcentage	0%	0%	0%	0%	6%	5%	1%	1%	1%	14%	52%	1%	7%	14%			

### Annexe 3

#### Les adjectifs axiologiques : l'annotation et la catégorie

Adjectif axiologique	N°	Catégorie/ Sous-catégorie		Annotation	Corpus
abordable	1	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	nombreux spas et dans les salons de coiffure (p. 43), des soins de beauté sont aussi pratiqués à des tarifs très	abordables/<ADJ+ApRQp<abordable s,abordable,A+Genre=f+Nb=p>>	T3
	2	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Choix de plats à des prix	abordables/<ADJ+ApRQp<abordable s,abordable,A+Genre=m+Nb=p>>	T4
	3	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Le Best Western Allamanda (env. 110) et le Laguna Beach Resort (env. 110 ) sont les plus	abordables/<ADJ+ApCCp<abordable s,abordable,A+Genre=m+Nb=p>>	T3
acceptable	4	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	La quiétude d'un transport peut simplement être perturbée par la diffusion d'un film vidéo dont le volume sonore sera trop fort: ne pas hésiter	acceptable/<ADJ+JESCP<acceptable, acceptable,A+Genre=f+Nb=s>>	T4
	5	Appréciation/Valorisation-Positive	Un hôtel de confort très	acceptable/<ADJ+ApVp<acceptable, acceptable,A+Genre=m+Nb=s>>	T3
	6	Appréciation/Valorisation-Positive	On peut également y dîner, la cuisine est	acceptable/<ADJ+ApVp<acceptable, acceptable,A+Genre=f+Nb=s>>	T4
accessible	7	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Le panthéon royal du Wat Phra Keo de Bangkok est	accessible/<ADJ+ApCCp<accessible, accessible,A+Genre=f+Nb=s>>	T2
	8	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Néanmoins, la Thaïlande offre toujours une qualité de vie	accessible/<ADJ+ApCCp<accessible, accessible,A+Genre=f+Nb=s>>	T4
accueillant	9	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Juxtaposition de petits royaumes. Fertile et	accueillante/<ADJ+ApRQp<accueillante,accueillant,A+Genre=f+Nb=s>>	T3
	10	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Bienvenue chez Suda, l'	accueillante/<ADJ+JESCP<accueillante,accueillant,A+Genre=f+Nb=s>>	T4
actif	11	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Alliance française. 29 Sathorn Tai Rd I-D4 02.670.4200, www.alliance-francaise.or.th. Un lieu de rendez-vous francophone très	actif/<ADJ+JESCP<actif,actif,N+Genre=m+Nb=s>>	T2

	12	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Le long de la rivière Ping, deux rues parallèles délimitent un terrain central sur lequel se trouve installé un marché alimentaire très	actif/<ADJ+ApRQp<actif,actif,A+Genre=m+Nb=s>>	en soirée, jusqu'à 22h30.	T3
agréable	13	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Les bungalows de construction traditionnelle sont répartis dans un cadre	agréable/<ADJ+ApRIp<agréable,agréable,N+Genre=m+Nb=s>>	. Décoration soignée et entretien impeccable, d'où des prix légèrement supérieurs à la moyenne.	T4
	14	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Piscine, restaurant. L'accueil est sympathique et	agréable/<ADJ+ApRIp<agréable,agréable,A+Genre=m+Nb=s>>	.	T3
amusant	15	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	La personne ne pense pas que c'est	amusant/<ADJ+JESNp<amusant,amusant,V+Aux=a+Temps=G>>	de heurter quelqu'un mais essaie de s'excuser avec un sourire.	T1
	16	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Le Wat Pho est un temple à l'atmosphère détendue. Outre des astrologues	amusants/<ADJ+JESNp<amusants,amusant,A+Genre=m+Nb=p>>	, près du mur bordant Sanam Chai Road (mur de l'Est).	T4
ancien	17	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	En haute saison, 2 400 à 5 500 B. Un établissement déjà	ancien/<ADJ+ApRQn<ancien,ancien,A+Genre=m+Nb=s>>	qui améliore régulièrement ses hébergements. Les bungalows, climatisés et bien agencés, sont répartis dans un très beau parc, parmi les cocotiers.	T4
	18	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Très joliment décoré d'objets	anciens/<ADJ+ApRQp<anciens,anciens,N+Genre=m+Nb=p>>	et traditionnels, il est niché dans une maison ancienne au sein d'un jardin, non loin de la rivière.	T3
appétissant	19	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Il comporte de nombreuses gargotes servant des plats	appétissants/<ADJ+ApRQp<appétissants,appétissant,A+Genre=m+Nb=p>>	à des prix modiques. Compter 20 à 50 B.	T4
attirant	20	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	Une dernière raison aurait été d'enlaidir les femmes afin de les rendre moins	attirantes/<ADJ+JESNp<attirantes,attirant,A+Genre=f+Nb=p>>	aux yeux des hommes des autres tribus et d'éviter qu'elles ne soient enlevées lors des fréquentes guerres tribales du passé.	T2
	21	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	De telles caractéristiques rendent la soie thaïe	attirante/<ADJ+ApRIp<attirante,attirant,A+Genre=f+Nb=s>>	et unique.	T1
attractif	22	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Les prix sont certes moins	attractifs/<ADJ+ApRIp<attractifs,attractif,A+Genre=m+Nb=p>>	, mais c'est une assurance de qualité. Les fausses antiquités sont légion, de même que les bijoux dont la qualité des pierres ou du métal précieux est douteuse.	T4
authentique	23	Appréciation/Valorisation-Positive	C'est un festival tout à fait original et	authentique/<ADJ+ApVp<authentique,authentique,A+Genre=m+Nb=s>>	: une excellente occasion d'aller y faire un tour si vous êtes dans la région à ce moment-là.	T4
avantageux	24	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	• Précisons qu'il est	avantageux/<ADJ+JESNp<avantageux,avantageux,A+Genre=m+Nb=p>>	, une fois arrivé à Thong Nai Pan, d'y passer la nuit.	T4

	25	Appréciation/Valorisation-Positive	Forfait valable pour huit sites à tarif	avantageux/<ADJ+ApVp<avantageux,avantageux,A+Genre=m+Nb=p>>	. Les temples sont bien signalés par des flèches.	T3
beau	26	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le poisson mâle est plus	beau/<ADJ+ApRQp<beau,beau,A+Genre=m+Nb=s>>	que le poisson femelle avec des couleurs plus brillantes, des queues plus longues et des nageoires plus grandes.	T1
	27	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	C'est le plus grand temple et probablement le plus	beau/<ADJ+ApRQp<beau,beau,N+Genre=m+Nb=s>>	. C'est en fait l'ancienne chapelle royale qui était située dans l'enceinte du palais.	T4
	28	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Les ch. sont agréables et l'hôtel dispose d'une	belle/<ADJ+ApRQp<belle,beau,A+Genre=f+Nb=s>>	piscine.	T3
bénéfique	29	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	La plupart des amulettes représentent des bouddhas ou des personnages liés au bouddhisme. ou des personnages liés au bouddhisme. Certaines personnalités considérées comme	bénéfiques/<ADJ+JESCP<bénéfiques,bénéfique,A+Genre=f+Nb=p>>	, comme le roi [Rama V ou la princesse mère (mère de Rama IX), sont aussi très prisées.	T3
bon	30	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le climat ne favorisant guère la	bonne/<ADJ+ApRQp<bonne,bon,A+Genre=f+Nb=s>>	conservation du vin, il est sage d'éviter les grands crus. D'autant que le vin ordinaire atteint déjà des prix prohibitifs...	T3
	31	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Les hommes de la tribu sont en général de très	bons/<ADJ+ApRQp<bons,bon,A+Genre=m+Nb=p>>	chasseurs. Ils utilisent pour abattre leurs proies de vieux fusils ou des arbalètes, dont les pointes de carreaux sont empoisonnées.	T2
brillant	32	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Ouv. le soir uniquement. Les plats, concoctés par un	brillant/<ADJ+JESCP<brillant,brillant,A+Genre=m+Nb=s>>	chef breton, sont aussi bons que beaux.	T3
	33	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Ces quatre grands rois sont donc effectivement de	brillants/<ADJ+JESCP<brillants,brillant,N+Genre=m+Nb=p>>	généraux et d'illustres sauveurs de ce qui allait devenir la Thaïlande: les écoliers Thaïlandais n'ont point de doute à avoir sur la question!	T4
	34	Appréciation/Valorisation-Positive	Devenu le royaume le plus puissant de la péninsule indochinoise, Ayuthaya développa une civilisation	brillante/<ADJ+ApVp<brillante,brillant,A+Genre=f+Nb=s>>	, constamment enrichie par des apports extérieurs.	T2
calme	35	Affect/Satisfaction-Insatisfaction-Positive	Plantés au milieu des joncs, ils ne donnent pas directement sur l'eau courante: cela présente l'avantage d'être plus	calme/<ADJ+ASIP<calme,calme,A+Genre=m+Nb=s>>	(les bateaux passent au loin !).	T4
	36	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Dans un cadre simple, l'établissement propose des spécialités locales et vietnamiennes. La patronne, fort	calme/<ADJ+JESCP<calme,calme,A+Genre=m+Nb=s>>	, parle anglais. Un bon endroit pour manger au frais.	T5
	37	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	La visite dans l'après-midi est en principe plus	calme/<ADJ+JESCP<calme,calmer,V+Aux=a+Pers=2+Nb=s+Temps=IP>>	.	T4
	38	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Quelques restaurants, quelques hôtels, l'ambiance est nettement plus	calme/<ADJ+ApRQp<calme,calme,A+Genre=m+Nb=s>>	mais la plage est moins bien entretenue.	T3

capable	39	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	On dit que durant la période d'Ayutthaya, un boxeur thaï audacieux fut	capable/<ADJ+JESCP<capable,capable,A+Genre=f+Nb=s>>	de vaincre son adversaire birman et de sauver Ayutthaya de la colonisation birmane.	T1
	40	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Le crocodile n'est en effet pas	capable/<ADJ+JESCP<capable,capable,A+Genre=m+Nb=s>>	de mâcher sa nourriture et doit attendre que celle-ci soit moins ferme pour pouvoir la déchiqueter en morceaux et l'avaler.	T2
	41	Appréciation/Valorisation-Positive	-			
célèbre	42	Appréciation/Valorisation-Positive	Les femmes Karen sont	célèbres/<ADJ+ApVp<célèbres,célèbre,A+Genre=m+Nb=p>>	pour leurs remarquables réalisations sur métiers à tisser.	T2
	43	Appréciation/Valorisation-Positive	Les monuments les plus	célèbres/<ADJ+ApVp<célèbres,célèbre,A+Genre=m+Nb=p>>	au monde y sont reproduits en miniature. Tour Eiffel, Statue de la Liberté, Opéra de Sydney, Mont Rushmore, c'est un tour du monde complet et une alternative à la plage.	T4
charmant	44	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	-			
	45	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Ces danses se caractérisent par des mouvements lents, doux et	charmants/<ADJ+ApRIp<charmants, charmant,A+Genre=m+Nb=p>>	.	T1
	46	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Les ch. sont vastes, gaies et modernes; l'accueil est	charmant/<ADJ+ApRIp<charmant, charmant,A+Genre=m+Nb=s>>	et efficace. Bien placé pour aller à l'aéroport et à 15 min à pied du monument de la Victoire.	T3
chaud	47	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	C'est qu'il fait souvent	chaud/<ADJ+ApRQn<chaud,chaud,N+Genre=m+Nb=s>>	sur la plage, malgré l'ombre des cocotiers...	T4
	48	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Pub restaurant ouvert il y a quelques années déjà par un Français. Un groupe de musiciens thaïs crée une	chaude/<ADJ+ApRQp<chaude,chaud,A+Genre=f+Nb=s>>	ambiance sans que cela dégénère en cacophonie.	T4
	49	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le pays fait également partie des destinations privilégiées de plongée en raison de ses eaux	chaudes/<ADJ+ApRQp<chaudes,chaud,A+Genre=f+Nb=p>>	(28 °C en haute saison) avec une bonne visibilité en dehors	T3
cher	50	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Le pla thu nueng ou maquereau à la vapeur était autrefois appelé « la nourriture du pauvre » parce qu'il était moins	cher/<ADJ+ApRQn<cher,cher,A+Genre=m+Nb=s>>	que le boeuf, le porc, ou le poulet.	T1
	51	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Le taxi est bien moins	cher/<ADJ+ApRQn<cher,cher,A+Genre=m+Nb=s>>	et bien plus confortable.	T3

	52	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	D'autres marques locales, plus	chères/<ADJ+ApRQn<chères,cher,A +Genre=f+Nb=p>>	(Spey Royal, le Blue Eagle, 100 Pi pers) ou étrangères (Johnnie Walker, Chivas) sont consommées natures ou avec du soda dans les restaurants et les boites de nuit.	T1
	53	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	VÉGÉTARIEN La veille du neuvième mois lunaire du calendrier chinois.	Cher/<ADJ+ApRQp<cher,cher,A+Ge nre=m+Nb=s>>	à la communauté chinoise bouddhiste de Thaïlande, et particulièrement suivi dans les régions de Krabi, Phuket et Trang, ce festival d'une durée de 9 jours est l'occasion pour ses membres de se purifier l'esprit et le corps.	T4
chic	54	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	A noter également le Bamboo Bar où venir prendre un verre en écoutant du jazz live de grande qualité. Il est aussi très	chic/<ADJ+ApRQp<chic,chic,N+Ge nre=m+Nb=s>>	et fort agréable de venir prendre un verre sur la terrasse de l'Oriental au coucher du soleil, comme de venir prendre le thé dans un cadre très colonial à l'Author's Lounge (tenue correcte de circonstance).	T4
	55	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Les boutiques-hôtels,	chic/<ADJ+ApRQp<chic,chic,N+Ge nre=m+Nb=s>>	et élitistes, souvent petits et charmants, entrent dans cette catégorie.	T3
clair	56	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Le musicien en les faisant s'entrechoquer obtient un son	clair/<ADJ+ApRQp<clair,clair,A+Ge nre=m+Nb=s>>	et répétitif.	T2
	57	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	La province de Rayong, à l'est de Pattaya, dispose de tous les atouts pour prendre le relais d'une Riviera siamoise qui s'essouffle un peu: belles plages de sable fin, eaux	claires/<ADJ+ApRQp<claires,clair,N +Genre=f+Nb=p>>	, vie locale préservée.	T3
	58	Appréciation/Compositi on/Complexité-Positive	• Bangkok City Map. Une carte	claire/<ADJ+ApCCp<claire,clair,N+ Genre=f+Nb=s>>	qui mentionne les monuments, les hôtels, les centres commerciaux.	T4
	59	Appréciation/Compositi on/Complexité-Positive	Il est	clair/<ADJ+ApCCp<clair,clair,A+Ge nre=m+Nb=s>>	que l'entretien est suivi correctement. Une jolie piscine environnée de cocotiers occupe la zone centrale du terrain, à proximité du bord de mer.	T4
commode	60	Appréciation/Compositi on/Complexité-Positive	L'emplacement est assez	commode/<ADJ+ApCCp<commode, commode,A+Genre=m+Nb=s>>	. Des marchands ambulants installent leurs popotes à proximité.	T4
	61	Appréciation/Valorisati on-Positive	L'endroit est paisible mais la baignade n'est guère	commode/<ADJ+ApVp<commode,co mmode,A+Genre=m+Nb=s>>	.	T4
complexe	62	Appréciation/Compositi on/Complexité- Négative	Ils auront également parfois du mal à interpréter les différents sourires, les règles de politesse	complexes/<ADJ+ApCCn<complexe s,complexe,A+Genre=m+Nb=p>>	et raffinées des Thaïs.	T1

	63	Appréciation/Composition/Complexité-Négative	Voici quelques indications susceptibles d'être utiles lors d'un voyage en Thaïlande. Elles n'expliquent pas l'ensemble des codes de conduite très	complexes/<ADJ+ApCCn<complexes,complexe,A+Genre=m+Nb=p>>	que doivent respecter les Thaïlandais, mais sont suffisantes aux yeux de ces derniers qui savent faire preuve de tolérance vis-à-vis des visiteurs occidentaux.	T2
confortable	64	Affect/Satisfaction-Insatisfaction-Positive	-			
	65	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Pourquoi les coiffeurs européens n'y ont-ils pas pensé? Un shampoing-massage, allongé sur une banquette, est plus	confortable/<ADJ+ASIp<confortable,confortable,A+Genre=f+Nb=s>>	que dans un fauteuil!	T3
convivial	66	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Accueil francophone donc pour une atmosphère très	conviviale/<ADJ+ApRIp<conviviale,convivial,A+Genre=f+Nb=s>>	.	T4
correct	67	Jugement/Sanction sociale/Véracité-Positive	La jeune femme accouche dans son logis en position accroupie, se tenant à une corde reliée à la poutre principale de la toiture, pendant que des sages-femmes lui massent le ventre afin que le bébé sorte de façon	correcte/<ADJ+JSSVp<correcte,correct,A+Genre=f+Nb=s>>	.	T2
	68	Jugement/Sanction sociale/Véracité-Positive	Une tenue	correcte/<ADJ+JSSVp<correcte,correct,A+Genre=f+Nb=s>>	est requise dans les temples. On doit ôter ses chaussures pour pénétrer dans les pavillons.	T3
dangereux	69	Jugement/Estime sociale/Normalité-Négative	Il peut être	dangereux/<ADJ+JESNn<dangereux,dangereux,A+Genre=m+Nb=s>>	d'y aller en mobylette. Les dénivelés sont très forts ; ornières et dérapages sont à craindre en raison de la terre et des pierres.	T4
	70	Appréciation/Réaction/Impact-Négative	La première intéresse tout particulièrement les hommes exerçant des métiers	dangereux/<ADJ+ApRIp<dangereux,dangereux,A+Genre=m+Nb=p>>	: boxeur, chasseur de nids d'hirondelles (p. 188), tueur à gages...	T3
délicat	71	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Drogue C'est le sujet le plus	délicat/<ADJ+ApRQn<délicat,délicat,A+Genre=m+Nb=s>>	en Thaïlande (outre l'offense au roi). Officiellement, on ne cultive plus de pavot sur le territoire thaïlandais... bien que la culture de pavot constitue encore aujourd'hui la principale source de revenus de certaines tribus montagnardes (p. 154).	T2
	72	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Le réalisateur traite un sujet	délicat/<ADJ+ApRQn<délicat,délicat,A+Genre=m+Nb=s>>	avec beaucoup d'humour: l'existence d'une famille pauvre vivant en Issan en 1939.	T3
	73	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Ces nids d'hirondelles très convoités sont achetés à prix d'or pour procurer ce mets	délicat/<ADJ+ApRQp<délicat,délicat,A+Genre=m+Nb=s>>	aux restaurants chinois de toute l'Asie.	T2
délicieux	74	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le tom yam le plus	délicieux/<ADJ+ApRQp<délicieux,délicieux,A+Genre=m+Nb=p>>	est le tom yam kung.	T1



	75	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	La chair blanchâtre du poisson,	délicieuse/<ADJ+ApRQp<délicieuse, délicieux,A+Genre=f+Nb=s>>	et raffinée, est très appréciée.	T2
difficile	76	Appréciation/Composition/Complexité- Négative	De nombreux auteurs ont écrit au sujet de leur expérience avec les habitants souriants de la Thaïlande et concluent que les Thaïs sont des gens heureux car ils sourient tout le temps même dans les situations	difficiles/<ADJ+ApCCn<difficiles,difficile,A+Genre=m+Nb=p>>	. Il est vrai que les Thaïs sourient relativement facilement mais ces sourires ne doivent pas être interprétés comme l'expression de leur joie intérieure.	T1
	77	Appréciation/Composition/Complexité- Négative	Les clubs de plongées sont assez nombreux, et il est	difficile/<ADJ+ApCCn<difficile,difficile,A+Genre=f+Nb=s>>	de fixer son choix. Tous organisent des sorties sur les sites environnant Phuket, parfois assez éloignés, à proximité d'îles ou d'épaves (excursions à la journée).	T4
doux	78	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Une musique	douce/<ADJ+ApRIp<douce,doux,A+Genre=f+Nb=s>>	vous accueille dans votre chambre donnant sur la mer.	T4
	79	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Le temple de la forme à prix	doux/<ADJ+ApRIp<doux,doux,A+Genre=m+Nb=p>>	et les pieds dans l'eau.	T3
dur	80	Jugement/Estime sociale/Capacité- Négative	Il porte un veston croisé. Mais c'est	dur/<ADJ+JESCN<dur,dur,A+Genre=m+Nb=s>>	d'avoir hérité d'un milliard de dollars et d'être le plus gros actionnaire de la Bangkok Bank, première banque d'Asie du Sud-Est.	T4
	81	Jugement/Estime sociale/Capacité- Négative	Elle fut inaugurée le 30 avril 1935, après 5 mois et 22 jours de	durs/<ADJ+JESCN<durs,dur,N+Genre=m+Nb=p>>	travaux, sans l'aide de machines modernes.	T2
effectif	82	Jugement/Estime sociale/Capacité- Positive	-			
	83	Appréciation/Valorisation- Positive	Le réseau en service (25 stations) suit deux itinéraires qui se rejoignent à Siam, grande station centrale au coeur de Siam Centre I-D2: la ligne Sukhumvit et la ligne Silom (dont la prolongation sur Thonburi par le pont Taksin est pratiquement	effective/<ADJ+ApVp<effective,efficatif,A+Genre=f+Nb=s>>	).	T3
efficace	84	Jugement/Estime sociale/Capacité- Positive	Il est également	efficace/<ADJ+JESCP<efficace,efficace,A+Genre=m+Nb=s>>	de porter des chaussures fermées et des vêtements à manches longues en soirée.	T2
	85	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Le service est	efficace/<ADJ+ApRQp<efficace,efficace,A+Genre=m+Nb=s>>	, et l'hôtel bénéficie d'une clientèle fidèle.	T4
élégant	86	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Ce joli boutique-hôtel	élégant/<ADJ+ApRIp<élégant,élégant,A+Genre=m+Nb=s>>	et sophistiqué se situe dans un petit soi tranquille.	T3

étincelant	87	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Pour beaucoup ce ne sont pas les histoires qui rendent li - ké fascinant, mais les costumes	étincelants/<ADJ+ApRQp<étincelant s,étincelant,A+Genre=m+Nb=p>>	, les lyriques, les gestes des principaux comédiens, le décor, les scènes humoristiques et le plus important la cordialité dont les comédiens de li - ké font preuve envers leurs fans après le spectacle.	T1
	88	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	La stupéfiante accumulation de vaisselle cassée qui orne le Wat Arun donne toute sa mesure à l'aube, lorsque les millions de parcelles de porcelaine incrustées dans la pierre	étincellent/<ADJ+ApRQp<étincellent ,étinceler,V+Aux=a+Pers=3+Nb=p+T emps=PR+Graph=Opt>>	sous les premiers rayons du soleil.	T3
étonnant	89	Affect/Sécurité- Insécurité-Négative	Elles ne peuvent ni mendier leur nourriture (elles mangent les restes de la quête des bonzes) ni prêcher et sont dépendantes de leurs homologues masculins. Rien d'	étonnant/<ADJ+ASEIn<étonnant,éto nnant,A+Genre=m+Nb=s>>	à ce qu'elles soient si peu nombreuses... Toutefois, on	T3
	90	Appréciation/Réaction/ Impact-Négative	Alors que les hommes sont vêtus de chemises et pantalons en coton de couleurs sombres, similaires aux autres Sham et Karen, les femmes sont célèbres pour l'	étonnant/<ADJ+ApRIn<étonnant,éto nnant,A+Genre=m+Nb=s>>	collier de cuivre à 20 ou 25 anneaux qu'elles portent autour du cou.	T2
	91	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Architecture superbe, mise en scène	étonnante/<ADJ+ApRIp<étonnante,ét onnant,A+Genre=f+Nb=s>>	, cuisine délicate. Tenue correcte exigée (ni short, ni sandales).	T3
excellent	92	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Cet établissement très bien situé garantit d'un	excellent/<ADJ+ApRQp<excellent,ex cellent,A+Genre=m+Nb=s>>	confort, sans pour autant avoir à dépenser une fortune.	T4
exceptionne l	93	Appréciation/Valorisati on-Positive	Spécialités thaïes et méditerranéennes. La carte des vins est	exceptionnelle/<ADJ+ApVp<excepti onnelle,exceptionnel,A+Genre=f+Nb =s>>	: 750 crus différents! L'endroit jouit d'une renommée internationale pour son service de qualité.	T4
exotique	94	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	On arrive dans un accueillant aéroport provincial formé de plusieurs pavillons en bois. L'ensemble est très	exotique/<ADJ+JESNp<exotique,exo tique,A+Genre=m+Nb=s>>	! Pour l'instant, seule Thai Airways est par ailleurs autorisée à atterrir, avec deux vols par jour depuis et vers Bangkok pour des prix quasi équivalents.	T4
	95	Appréciation/Valorisati on-Positive	En famille Vos enfants vont adorer, Thaïlande, sa faune	exotique/<ADJ+ApVp<exotique,exot ique,A+Genre=f+Nb=s>>	, ses mers chaudes... Vous trouverez sans mal menus kids et terrains de jeux.	T3
	96	Appréciation/Valorisati on-Négative	Le rêve siamois du Roi Soleil: récits d'une fièvre	exotique/<ADJ+ApVn<exotique,exot ique,A+Genre=f+Nb=s>>	à la cour du Très-Chrétien, Cosmopole, 2004.	T4
exquis	97	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Le khon est spectaculaire en raison des costumes	exquis/<ADJ+ApRQp<exquis,exquis, A+Genre=m+Nb=p>>	et les couvre-chefs.	T1
facile	98	Appréciation/Compositi on/Complexité-Positive	Le repassage est plus	facile/<ADJ+ApCCp<facile,facile,A+ Genre=m+Nb=s>>	à faire quand les vêtements sont humides.	T1

	99	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	La ville permet un accès	facile/<ADJ+ApCCp<facile, facile, A+Genre=f+Nb=s>>	aux anciennes capitales de la plaine centrale.	T3
faible	100	Jugement/Estime sociale/Capacité-Négative	Quand le corps ne va pas bien, l'esprit est	faible/<ADJ+JEScN<faible, faible, N+Genre=f+Nb=s>>	aussi.	T1
	101	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	La plage n'est pas toujours très propre et il est difficile de s'y baigner étant donné la	faible/<ADJ+ApRQn<faible, faible, A+Genre=m+Nb=s>>	profondeur de l'eau. Pourtant, le cadre environnant ne manque pas de charme.	T4
	102	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Les guides des petites villes (Pai, Mae Hong Son, Mae Sot) sont en général moins professionnels et souvent moins zélés, leur rémunération étant plus	faibles/<ADJ+ApRQn<faibles, faible, A+Genre=m+Nb=p>>	et moins motivantes.	T2
fameux	103	Appréciation/Valorisation-Positive	Le village de Bor Sang est connu pour ces	fameuses/<ADJ+ApVp<fameuses, fameux, A+Genre=f+Nb=p>>	ombrelles en papier.	T4
faux	104	Jugement/Sanction sociale/Véracité-Négative	De nombreuses personnes, cependant, n'aiment pas qu'on leur adresse la parole en utilisant ces termes de parenté car ils les trouvent	faux/<ADJ+JSSVn<faux, faillir, V+Aux=a+Nb=s+Pers=2+Temps=PR>>	et peu sincères.	T1
	105	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Chambres claires plutôt bien entretenues, en dépit de certaines «	fausses/<ADJ+ApRQn<fausses, faux, A+Genre=f+Nb=p>>	notes» au niveau aménagement.	T2
	106	Appréciation/Valorisation-Négative	Méfiez-vous de la fausse soie, des	fausses/<ADJ+ApVn<fausses, faux, A+Genre=f+Nb=p>>	antiquités, des fausses bonnes affaires et, évidemment, des faux guides (p. 42)...	T3
favorable	107	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	-			
	108	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	La saison	favorable/<ADJ+ApRIp<favorable, favorable, A+Genre=m+Nb=s>>	à la navigation s'étend d'octobre à avril.	T4
favori	109	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	La plage de Rin (Hat Rin) est le circuit	favori/<ADJ+ApRIp<favori, favori, N+Genre=m+Nb=s>>	des chauffeurs de song téo. Certains semblent s'entraîner pour le Grand Prix de Monaco... Bon à savoir si vous décidez de prendre le volant (4x4 en location) ou le guidon!	T3
fiable	110	Jugement/Estime sociale/Ténacité-Positive	Thong Kha (075) 612 463 C'est l'une des compagnies les plus	fiables/<ADJ+JESTp<fiables, fiable, A+Genre=f+Nb=p>>	pour organiser son escapade à Koh Lanta, ou à KohPhi Phi.	T4
fidèle	111	Jugement/Estime sociale/Ténacité-Positive	Les fans	fidèles/<ADJ+JESTp<fidèles, fidèle, A+Genre=m+Nb=p>>	de li - kê et ses mécènes sont principalement des femmes d'âge mûr.	T1
fin	112	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	L'endroit est d'une grande beauté: sable	fin/<ADJ+ApRQp<fin, fin, A+Genre=m+Nb=s>>	et panorama encadré de pitons rocheux tourmentés.	T4

	113	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Toutes les chambres disposent d'un grand lit-double, de la climatisation, d'une salle de bain avec eau chaude, du câble, de l'accès wi-fi... Alan propose une cuisine	fine/<ADJ+ApRQp<fine,fin,A+Genre=f+Nb=s>>	française et thaïe dans ce lieu fort sympathique; les clients de l'hôtel bénéficient de 20 % de remise.	T4
fort	114	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	De nombreuses épices sont ajoutées à la pâte pour couvrir la saveur	forte/<ADJ+ApRQn<forte,fort,A+Genre=f+Nb=s>>	de la viande rouge.	T1
	115	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Le projet « produits OTOP » a été initié par le gouvernement dans le but d'encourager et de supporter le développement communautaire et de construire des communautés	fortes/<ADJ+ApRQp<fortes,fort,N+Genre=f+Nb=p>>	et indépendantes.	T1
frais	116	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Ils s'assoient dans le parc pour profiter de la brise	fraîche/<ADJ+ApRQp<fraîche,frais,A+Genre=f+Nb=s+Graph=Opt>>	et observer les cerfs-volants dans le ciel tout en mangeant des snacks ou un pique-nique.	T1
	117	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Ici, pas de doutes, vos fruits de mer seront	frais/<ADJ+ApRQp<frais,frai,N+Genre=m+Nb=p>>	! Vue sur la baie et les bateaux au mouillage.	T4
froid	118	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	De plus, une grande retenue offre une piscine naturelle où l'on peut se baigner. Allez-y avec précaution, l'eau est vraiment	froide/<ADJ+ApRQn<froide,froid,A+Genre=f+Nb=s>>	. BANG SAPHAN La localité de Bang Saphan est située entre	T4
gai	119	Affect/Bonheur- Malheur-Positive	-			
	120	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	Un hôtel tout neuf, au calme dans un quartier animé. Les ch. sont vastes,	gaies/<ADJ+ApRip<gaies,gai,A+Genre=f+Nb=p>>	et modernes; l'accueil est charmant et efficace.	T3
gracieux	121	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	On peut également visiter le	gracieux/<ADJ+ApRip<gracieux,gracieux,A+Genre=m+Nb=p>>	Wat Pongsanuk Tai, coiffé d'un toit à trois étages, situé dans le plus vieux quartier de Lampang.	T3
grave	122	Jugement/Estime sociale/Capacité- Négative	Littéralement, dans la bouche d'un Thaïlandais: « ce n'est pas	grave/<ADJ+JESCN<grave,graver,V+Aux=a+Pers=2+Nb=s+Temps=IP>>	», « pas de quoi s'inquiéter », « ça va s'arranger »...	T4
	123	Appréciation/Valorisation- Négative	En cas d'accident	grave/<ADJ+ApVn<grave,grave,A+Genre=m+Nb=s>>	(moto notamment), l'évacuation est organisée sur Koh Samui (077-245 236).	T4
heureux	124	Affect/Bonheur- Malheur-Positive	De nombreux auteurs ont écrit au sujet de leur expérience avec les habitants souriants de la Thaïlande et concluent que les Thaïs sont des gens	heureux/<ADJ+ABMp<heureux,heureux,A+Genre=m+Nb=s>>	car ils sourient tout le temps même dans les situations difficiles.	T1

	125	Affect/Bonheur-Malheur-Positive	N'est-il pas agréable de rencontrer des gens	heureux/<ADJ+ABMp<heureux,heureux,A+Genre=m+Nb=s>>	? Indéniablement, malgré tout ce qu'on peut regretter, les Thaïlandais distillent un petit air de bonheur, l'heureux, contrairement à beaucoup d'Occidentaux qui pensent que l'herbe est toujours plus verte ailleurs.	T3
idéal	126	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Cette plage se trouve au nord-ouest de Koh Pha Ngan, juste à côté de Koh Ma, spot de plongée reconnu. Elle est	idéale/<ADJ+JESNp<idéale,idéale,A+Genre=f+Nb=s>>	pour se baigner et faire du snorkeling.	T4
	127	Appréciation/Valorisation-Positive	Les panoramas s'offrent à la vue. Les températures sont	idéales/<ADJ+ApVp<idéales,idéale,A+Genre=f+Nb=p>>	en bord de mer, et il ne pleut quasiment pas...	T4
illégal	128	Jugement/Sanction sociale/Véracité-Négative	• Le nudisme est	illégal/<ADJ+JSSVn<illégal,illégal,A+Genre=m+Nb=s>>	en Thaïlande, et aucune plage n'est réservée pour le naturisme.	T1
	129	Appréciation/Valorisation-Négative	Lao Khrao vendu en bouteille de 750 ml et une production	illégal/<ADJ+ApVn<illégal,illégal,A+Genre=f+Nb=s>>	que fabriquent les paysans et qui, comme les autres alcools locaux (alcool de palme, de noix de coco, de taro), peut être beaucoup plus forte (jusqu'à 95 degrés).	T2
impeccable	130	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	-			
	131	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Les bungalows, au milieu des rizières, sont simples mais	impeccables/<ADJ+ApRQp<impeccables,impeccable,A+Genre=f+Nb=p>>	. Pour un séjour au grand calme, dans une ambiance familiale.	T3
impoli	132	Jugement/Sanction sociale/Éthique-Négative	Enfin, il est considéré comme	impoli/<ADJ+JSSEn<impoli,impoli,A+Genre=m+Nb=s>>	de fumer en mangeant.	T2
impossible	133	Jugement/Estime sociale/Capacité-Négative	De plus,	impossible/<ADJ+JESCN<impossible,impossible,A+Genre=f+Nb=s>>	d'y accéder par la route. La balade en bateau dure environ 15 minutes.	T4
	134	Appréciation/Composition/Complexité-Négative	La guerre au Cambodge en a rendu l'accès	impossible/<ADJ+ApCCn<impossible,impossible,N+Genre=m+Nb=s>>	pendant vingt-huit ans.	T3
impressionnant	135	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Cette collection de barges royales dont certaines dépassent 50 m se trouvent de l'autre côté du Chao Phraya, côté Thonburi, près du pont de Pinklao. Il est surtout	impressionnant/<ADJ+JESNp<impressionnant,impressionnant,A+Genre=m+Nb=s>>	de voir ces barges durant les rares processions dans le cadre de cérémonies.	T4
	136	Appréciation/Valorisation-Positive	Le spectacle local le plus grandiose et	impressionnant/<ADJ+ApVp<impressionnant,impressionner,V+Aux=a+Temps=G>>	retrace sept siècles d'histoire du royaume de Siam.	T4

	137	Appréciation/Valorisation-Positive	Au fil des règnes de ses 33 rois, une quantité	impressionnante/<ADJ+ApVp<impressionnante,impressionnant,A+Genre=f+Nb=s>>	de temples et de palais a été édifée.	T3
	138	Appréciation/Valorisation-Négative	En effet, pour atteindre le site, certaines agences proposent un circuit de randonnée, après une descente de rivière en raft (bambou ou caoutchouc), auquel peut venir s'ajouter un parcours de 3 heures à dos d'éléphant. La meilleure période est de novembre à décembre, après la saison des pluies: le débit des chutes est alors	impressionnant/<ADJ+ApVn<impressionnant,impressionnant,A+Genre=m+Nb=s>>	!	T4
	139	Appréciation/Valorisation-Négative	Découverte de cette autre grande cité de l'histoire thaïe, dans un paysage de petites montagnes à la végétation luxuriante et aux étroites vallées rizicoles. Un mélange	impressionnant/<ADJ+ApVn<impressionnant,impressionnant,A+Genre=m+Nb=s>>	de différents styles et influences: Wat Bupparam, de style birman; Wat Chiang Man, typique du Nord.	T4
intéressant	140	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Un véritable coin de paradis... Promotions	intéressantes/<ADJ+ApRIp<intéressantes,intéressant,A+Genre=f+Nb=p>>	sur le site Internet.	T3
inutile	141	Jugement/Estime sociale/Capacité-Négative	Vous pouvez égaïement profiter de la séance pour vous faire faire les ongles. Il est	inutile/<ADJ+JEScN<inutile,inutile,A+Genre=m+Nb=s>>	de prendre rendez-vous.	T3
	142	Appréciation/Valorisation-Négative	L'urgence devient soudain une notion aussi étrangère qu'	inutile/<ADJ+ApVn<inutile,inutile,A+Genre=f+Nb=s>>	. À Koh Tao, il y a des poissons, des oiseaux	T3
joli	143	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Un restaurant est installé sur une	jolie/<ADJ+ApRQp<jolie,joli,A+Genre=f+Nb=s>>	plage de sable fin. L'ensemble a vraiment belle allure et grand charme.	T4
joyeux	144	Affect/Bonheur-Malheur-Positive	-			
	145	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	Le jour de l'ordination venu, le candidat se rend au temple accompagné d'une	joyeuse/<ADJ+ApRIp<joyeuse,joyeux,A+Genre=f+Nb=s>>	procession de danseurs, de musiciens, de joueurs de tambours et de villageois portant des victuailles, des fleurs, de l'encens, des bougies et des ombrelles pour les moines.	T2
	146	Appréciation/Réaction/Impact-Positive	L'ordination est une occasion	joyeuse/<ADJ+ApRIp<joyeuse,joyeux,A+Genre=f+Nb=s>>	pour les membres de la famille et les amis du candidat à l'ordination ou Naga.	T1
juste	147	Jugement/Sanction sociale/Éthique-Positive	Rama Kamheng laissa aussi le souvenir d'un monarque	juste/<ADJ+JSSEp<juste,juste,N+Genre=m+Nb=s>>	et proche de son peuple.	T2
léger	148	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	SANTÉ • Coupures ou blessures	légères/<ADJ+ApRQp<légères,léger,A+Genre=f+Nb=p>>	. Les coupures provoquées par des coraux, les brûlures dues aux méduses, les piqûres d'oursins ou, plus graves, les lacérations provoquées par des poissons-pierres sont souvent difficiles à cicatriser (particulièrement vrai pour le corail).	T4

	149	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Une cuisine royale! Parfumée,	légère/<ADJ+ApRQp<légère,léger,A +Genre=f+Nb=s>>	et raffinée, la cuisine thaïe est aujourd'hui unanimentement reconnue comme l'une des meilleures cuisines du monde.	T3
lent	150	Jugement/Estime sociale/Capacité- Négative	• Samlo. C'est assez	lent/<ADJ+JEScN<lent,lent,A+Genre =m+Nb=s>>	et plus cher que le premier.	T4
libre	151	Affect/Sécurité- Insécurité-Positive	Chez les Lahu, les jeunes gens sont	libres/<ADJ+ASEIp<libres,libre,A+G enre=f+Nb=p>>	de choisir leur conjoint.	T2
	152	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	L'île principale, Phi Phi Don, beaucoup plus grande, est habitable. Encore faut-il trouver une chambre	libre/<ADJ+ApRQp<libre,libre,A+G enre=m+Nb=s>>	en haute saison! Il est indispensable de réserver entre novembre et février.	T4
	153	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	En principe, le tarif est fixe d'une plage à l'autre - 50 B -, mais les chauffeurs essaient parfois de tromper les touristes. Après 18h, les prix deviennent	libres/<ADJ+ApRQn<libres,libre,A+ Genre=m+Nb=p>>	: «sauve qui peut» !	T4
lourd	154	Jugement/Estime sociale/Capacité- Négative	Consommer des stupéfiants en Thaïlande, même si ce n'est que du cannabis, est un comportement risqué qui peut engendrer de graves conséquences, les peines de prison en cas d'infraction pouvant être très	lourdes/<ADJ+JEScN<lourdes,lourd, A+Genre=f+Nb=p>>	(5 ans et plus).	T2
	155	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	La saison des pluies, de juin à octobre, où le climat devient	lourd/<ADJ+ApRQn<lourd,lourd,A+ Genre=m+Nb=s>>	et humide avec des orages en fin de journée, reste très supportable.	T4
luxueux	156	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Certains aménagements intérieurs sont réellement	luxueux/<ADJ+ApRQp<luxueux,lux ueux,A+Genre=m+Nb=p>>	. Les bungalows sont dispersés sous les arbres ou en bord	T4
magique	157	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Plusieurs catégories de bungalows du plus grand confort dans un jardin tropical luxuriant. L'endroit,	magique/<ADJ+ApRQp<magique,ma gique,A+Genre=m+Nb=s>>	et raffiné, est un choix de prédilection pour les couples en lune de miel...	T3
magnifique	158	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Depuis les plages de l'est, on bénéficie d'un	magnifique/<ADJ+ApRQp<magnifiq ue,magnifique,A+Genre=f+Nb=s>>	panorama sur la baie de Phang Nga.	T4
mauvais	159	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	Dans la cérémonie de pré-ordination, un bout de cordon blanc est attaché aux poignets du candidat à l'ordination par les participants à la cérémonie pour le protéger des	mauvais/<ADJ+ApRQn<mauvais,ma uvais,A+Genre=m+Nb=s>>	esprits. On croit que le candidat est vulnérable aux dangers et aux obstacles avant d'être ordonné.	T1
	160	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	Les premiers essais de fabrication de vin de raisins en Thaïlande eurent lieu dans les années 60 et 70. Donnant des vins rouges et blancs de	mauvaise/<ADJ+ApRQn<mauvaise, mauvais,A+Genre=f+Nb=s>>	qualité et seulement utilisables pour cuisiner, ils furent vite abandonnés.	T2
meilleur	161	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	La	meilleure/<ADJ+JESNp<meilleure,m eilleur,A+Genre=f+Nb=s>>	façon de conserver les orchidées consiste à les tremper dans de l'or (démonstration à la boutique).	T3

	162	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Idéalement situé en face de la gare de Hualamphong, mais de l'autre côté du Klang Krung Kasem (à proximité du pont), cet hôtel sans prétention mais bien tenu propose des chambres toutes climatisées, avec TV (parfois déréglée) et douche chaude. Bon accueil. Sans doute le	meilleur/<ADJ+JESNp<meilleur,meil leur,N+Genre=m+Nb=s>>	rapport qualité-prix du quartier dans sa catégorie.	T4
moderne	163	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Depuis quelques années, de sérieuses réflexions sont menées au sein du corps enseignant afin d'améliorer le système scolaire dans son ensemble en y introduisant des méthodes pédagogiques plus	modernes/<ADJ+JESNp<modernes, moderne,A+Genre=m+Nb=p>>	. 61. Que sont les « Samlo » et les « Touk touk » ?	T2
	164	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Voiture Le réseau routier est	moderne/<ADJ+ApRQp<moderne,m oderne,A+Genre=m+Nb=s>>	et bien entretenu, avec des autoroutes sur les principaux axes (à péage). En cas d'accident, le farang a souvent tort...	T3
	165	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Etablissement proposant des chambres	modernes/<ADJ+ApRQp<modernes, moderne,A+Genre=m+Nb=p>>	, claires et confortables, avec salle de bains et TV.	T4
	166	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Le gymnase, avec ses équipements	modernes/<ADJ+ApRQp<modernes, moderne,N+Genre=f+Nb=p>>	, dépend d'une maison entourée d'un joli jardin.	T4
modeste	167	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Le roi et son épouse ont toujours été très attentifs à la vie quotidienne du petit peuple et des gens	modestes/<ADJ+ApRQn<modestes, modeste,A+Genre=m+Nb=p>>	du royaume. Le souverain s'est ainsi beaucoup investi dans la défense des petits paysans et dans des projets de développement des richesses agricoles.	T4
	168	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Bien que les perspectives touristiques au Laos soient encore	modestes/<ADJ+ApRQn<modestes, modeste,A+Genre=m+Nb=p>>	, ce pont a désenclavé les provinces limitrophes et permis une ouverture sur la Chine et le Vietnam.	T3
	169	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Dans les hôtels, le mouvement en est encore à ses débuts et les initiatives sont très diverses et parfois	modestes/<ADJ+ApRQn<modestes, modeste,A+Genre=f+Nb=p>>	(interdiction de fumer, utilisation d'ampoules à basse consommation, sensibilisation du personnel au tri des déchets...).	T3
	170	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Les transports publics sont généralement à prix	modestes/<ADJ+ApRQp<modestes, modeste,A+Genre=f+Nb=p>>	, mais les services plus personnalisés, voire haut de gamme, demeurent à des tarifs raisonnables.	T4
moyen	171	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	On peut se consoler en considérant que « très cher » en Thaïlande équivaut aux tarifs d'un restaurant de gamme	moyenne/<ADJ+ApRQn<moyenne,m oyen,A+Genre=f+Nb=s>>	en France. Bien et pas cher	T4
naturel	172	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Les Siamois seront toujours prêts à vous aider dans votre parcours, et leur	naturel/<ADJ+JESNp<naturel,naturel ,A+Genre=m+Nb=s>>	curieux et spontané les incitera à engager la conversation avec le nouveau venu pour peu qu'il connaisse quelques mots de	T4



					leur langue...	
	173	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Explorer Koh Chang où la beauté	naturelle/<ADJ+ApRQp<naturelle,na turel,N+Genre=f+Nb=s>>	de certaines plages est encore préservée malgré l'afflux de touristes.	T4
négatif	174	Jugement/Estime sociale/Normalité- Négative	Les accents anglais et les modes d'intonation sont ajustés pour être conformes aux tons thaïlandais. Malheureusement cette pratique a un effet	négatif/<ADJ+JESNn<négatif,négatif ,N+Genre=m+Nb=s>>	sur l'apprentissage de l'anglais.	T1
neuf	175	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Conseils futés: n'acceptez jamais de billets abîmés ou déchirés, les commerçants peuvent les refuser. Idem pour les dollars et les euros: il est préférable de partir avec des billets quasiment	neufs/<ADJ+ApRQp<neufs,neuf,A+ Genre=m+Nb=p>>		T4
noble	176	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive	Sa mère, la reine Maya, est aussi de	noble/<ADJ+JESNp<noble,noble,N+ Genre=f+Nb=s>>	naissance. Entouré de luxe, il passe sa jeunesse dans l'ignorance des souffrances du monde.	T3
	177	Appréciation/Valorisati on-Positive	La boxe thaïe a donc été hautement reconnue et considérée une forme	noble/<ADJ+ApVp<noble,noble,A+ Genre=m+Nb=s>>	d'art martial.	T1
original	178	Jugement/Estime sociale/Normalité- Positive??	-			
	179	Appréciation/Valorisati on-Positive	Cet établissement est reconnaissable à son architecture	originale/<ADJ+ApVp<originale,orig inal,A+Genre=f+Nb=s>>	. Des bungalows de différents styles sont répartis dans un grand parc donnant sur la plage. L'aménagement des chambres est soigné.	T4
	180	Appréciation/Valorisati on-Positive	Une belle carte entre spécialités locales et plats occidentaux	originaux/<ADJ+ApVp<originaux,ori ginal,N+Genre=m+Nb=p>>	et inventifs.	T4
paisible	181	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	L'endroit est	paisible/<ADJ+ApRQp<paisible,paisi ble,A+Genre=m+Nb=s>>	mais la baignade n'est guère commode.	T4
pauvre	182	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	Malheureusement ce n'est plus le cas et les	pauvres/<ADJ+ApRQn<pauvres,pauv re,A+Genre=m+Nb=p>>	peuvent difficilement s'en offrir aujourd'hui.	T1
	183	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	SUDHAM (Pira), Terre de mousson, Éd. Philippe Picquier, « Poche », 1998. Récit autobiographique du grand écrivain thaï, fils de paysans	pauvres/<ADJ+ApRQn<pauvres,pauv re,A+Genre=m+Nb=p>>	de l'I-San.	T3
poli	184	Jugement/Sanction sociale/Éthique-Positive	Durant le repas, il est	poli/<ADJ+JSSEp<poli,poli,A+Genre =m+Nb=s>>	de goûter à tous les aliments proposés.	T2

	185	Jugement/Sanction sociale/Éthique-Positive	Pour des contacts sociaux distants, les termes	polis/<ADJ+JSSEp<polis,poli,A+Genre=m+Nb=p>>	khun et than sont généralement utilisés pour s'adresser à une autre personne.	T1
possible	186	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Il est donc	possible/<ADJ+JESCP<possible,possible,N+Genre=m+Nb=s>>	sans aucune difficulté de se connecter, de graver des CD d'imprimer des documents.	T4
	187	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Agence locale aux guides confirmés, proposant toutes sortes d'excursions	possibles/<ADJ+ApCCp<possibles,possible,A+Genre=f+Nb=p>>	• SANCTUAIRE NATUREL D'UM PHANG Accessible aux visiteurs de novembre à mai: 200 B.	T4
	188	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Les correspondances avec le BTS sont	possibles/<ADJ+ApCCp<possibles,possible,A+Genre=m+Nb=p>>	aux stations Silom/Sala Daeng, Sukhumvit/Asoke et Chatuchak Park/Mo'Chit.	T4
pratique	189	Appréciation/Valorisation-Positive	Il interdit les bols en matières précieuses ou pas	pratiques/<ADJ+ApVp<pratiques,pratique,A+Genre=m+Nb=p>>	, telles que l'or, l'argent, l'étain, le plomb, le cuivre, le bronze, le verre et le bois.	T1
	190	Appréciation/Valorisation-Positive	- Embarcadère Tha Sathorn (Central Pier) est le plus	pratique/<ADJ+ApVp<pratique,pratique,A+Genre=m+Nb=s>>	car il est desservi par le skytrain (BTS Saphan Taksin I-B4). Service assuré t.l.j. 6 h-18 h.	T3
précieux	191	Appréciation/Valorisation-Positive	Elles peuvent aussi être taillées dans des pierres	précieuses/<ADJ+ApVp<précieuses,précieux,A+Genre=f+Nb=p>>	, de l'ivoire ou du quartz.	T1
	192	Appréciation/Valorisation-Positive	Ils connaissent parfaitement les alentours, et leur aide est	précieuse/<ADJ+ApVp<précieuse,précieux,A+Genre=f+Nb=s>>	pour observer les animaux sauvages.	T4
préférable	193	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	C'est donc le plus grand, et le mieux fourni en fleurs, plantes et fruits et légumes de la ville. C'est magnifique! Il est	préférable/<ADJ+JESNP<préférable,préférable,A+Genre=m+Nb=s>>	de venir en profiter assez tôt le matin.	T4
	194	Appréciation/Valorisation-Positive	Les taxis sont toujours	préférables/<ADJ+ApVp<préférables,préférable,A+Genre=m+Nb=p>>	(confort et sécurité).	T4
prestigieux	195	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Peu d'hôtels dans le monde peuvent se targuer d'avoir reçu des clients aussi	prestigieux/<ADJ+JESNP<prestigieux,prestigieux,A+Genre=m+Nb=s>>	et divers: Charles Aznavour, sir Noel Coward, le commandant Cousteau, Grace Kelly, Douglas Fairbanks, Joan Baez, Pierre Balmain, Serge Gainsbourg, Somerset Maugham, Paul Bocuse, H. C. Andersen, Elizabeth Taylor, Tina Turner, la reine d'Angleterre et des centaines d'autres célébrités, acteurs, écrivains, chanteurs, créatures de rêve...	T3
	196	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	On construit le Palais royal et des monastères	prestigieux/<ADJ+ApRQP<prestigieux,prestigieux,A+Genre=m+Nb=s>>	: Wat Po, Wat Phra Koé, Wat Suthat ou encore Wat Benjamabopitr (p. 78, 75, 87 et 82)...	T3
	197	Appréciation/Valorisation-Positive	Choix considérable dans les grands magasins et centres commerciaux (p. 216), tous les marchés de jour et de nuit (p. 213), et Siam Square, où de	prestigieuses/<ADJ+ApVp<prestigieuses,prestigieux,A+Genre=f+Nb=p>>	marques françaises ont pignon sur rue (attention aux contrefaçons !).	T3

propice	198	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	L'après-midi est	propice/<ADJ+JESNp<propice,propice,A+Genre=m+Nb=s>>	aux visites de musées ou de temples, où l'on est à l'abri du soleil.	T4
	199	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Il a baigné durant son enfance dans un environnement	propice/<ADJ+ApRQp<propice,propice,A+Genre=m+Nb=s>>	, sa famille étant composée de musiciens. Son père était moitié-écossais moitié-thaïlandais.	T4
	200	Appréciation/Valorisation-Positive	Chaque boxeur porte un filet	propice/<ADJ+ApVp<propice,propice,A+Genre=f+Nb=s>>	sur la tête.	T1
propre	201	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Cabinets de toilettes communs, sur le palier: c'est	propre/<ADJ+ApRQp<propre,propre,N+Genre=m+Nb=s>>	. Les boiseries sont repeintes régulièrement, ce qui donne un air assez gai.	T4
puissant	202	Jugement/Estime sociale/Capacité-Négative	le Phrik chi faa (littéralement « piment pointant vers le ciel ») : plus commun des piments, long et fin (6 à 10 centimètres), de couleur verte ou rouge, c'est le plus	puissant/<ADJ+JESCn<puissant,puissant,A+Genre=m+Nb=s>>	des piments que l'on puisse trouver en Thaïlande.	T2
	203	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	1181 - 1220. Règne de Jayavarman VII, le plus	puissant/<ADJ+JESCp<puissant,puissant,A+Genre=m+Nb=s>>	des rois khmers. La Thaïlande est presque entièrement sous contrôle khmer.	T2
pur	204	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Tous les week-ends, les Bangkokiens viennent y respirer l'air	pur/<ADJ+ApRQp<pur,pur,A+Genre=m+Nb=s>>	et faire trempette dans le golfe de Thaïlande.	T3
raffiné	205	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Ils auront également parfois du mal à interpréter les différents sourires, les règles de politesse complexes et	raffinées/<ADJ+ApRQp<raffinées,raffiner,V+Aux=a+Temps=PP+Genre=f+Nb=p>>	des Thaïs.	T1
	206	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	On y trouve des objets originaux et	raffinés/<ADJ+ApRQp<raffinés,raffiner,V+Aux=a+Temps=PP+Genre=m+Nb=p>>	qui sont souvent inspirés de l'artisanat traditionnel et adaptés au goût et à la mode d'Occident.	T3
raisonnable	207	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	-			
	208	Appréciation/Composition/Équilibre-Positive	Le chef vient saluer ses clients une fois installés à table. Les prix sont vraiment	raisonnables/<ADJ+ApCEp<raisonnables,raisonnable,A+Genre=f+Nb=p>>	pour une cuisine de qualité.	T4
rapide	209	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	De nos jours des pâtes de curry toutes prêtes sont disponibles dans les magasins ainsi ces plats sont moins fatigants et plus	rapides/<ADJ+JESCp<rapides,rapide,A+Genre=f+Nb=p>>	à préparer.	T1
	210	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	En cas d'accident de décompression: évacuation prévue en bateau	rapide/<ADJ+JESCp<rapide,rapide,N+Genre=f+Nb=s>>	et en ambulance au Bangkok Phuket Hospital.	T4
	211	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Grand choix de promotions sur tous les produits sans oublier la location de voitures. La réservation est simple et	rapide/<ADJ+ApRQp<rapide,rapide,A+Genre=m+Nb=s>>	, le choix multiple et les prix très compétitifs.	T4

remarquable	212	Appréciation/Réaction/ Impact-Positive	La bibliothèque, d'origine, présente des décorations	remarquables/<ADJ+ApRIp<remarquables,remarquable,A+Genre=f+Nb=p>>	en bois sculpté. Une récente restauration a redonné les couleurs du neuf aux édifices de ce temple qui n'en demandait pas tant.	T3
reposant	213	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Par ailleurs, les nuits y sont très agitées et les matins... fort calmes. En effet, il est	reposant/<ADJ+JESCP<reposant,reposant,A+Genre=m+Nb=s>>	de s'y promener à l'aube, à l'heure où les fêtards rentrent à peine se coucher.	T4
	214	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Ambiance intime et	reposante/<ADJ+ApRQp<reposante,repasant,A+Genre=f+Nb=s>>	dans un écrin de verdure. Salle de fitness, de yoga, sauna, bain de vapeur, spa, ch. familiales et activités pour les enfants...	T3
responsable	215	Jugement/Estime sociale/Ténacité-Positive	La direction propose également un tourisme	responsable/<ADJ+JESTp<responsable,responsable,N+Genre=f+Nb=s>>	et participatif.	T4
riche	216	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	La cuisine Thaïlandaise est une des plus	riches/<ADJ+ApRQp<riches,riche,A+Genre=f+Nb=p>>	et variées au Monde. Se plonger dans la lecture d'un menu de restaurant est souvent un véritable casse-tête en regard du nombre de spécialités.	T2
	217	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	La Thaïlande est actuellement beaucoup plus	riche/<ADJ+ApRQp<riche,riche,A+Genre=m+Nb=s>>	que le pays qui l'entourent (Laos, Myanmar, Cambodge), à l'exception de la Malaisie.	T2
romantique	218	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Bien que très fréquenté, l'ambiance y demeure	romantique/<ADJ+ApRIp<romantique,romantique,N+Genre=f+Nb=s>>	et intime. On est bercé par les groupes de jazz qui sévissent ici depuis des années.	T4
savoureux	219	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Ce plat	savoureux/<ADJ+ApRQp<savoureux,savoureux,A+Genre=m+Nb=s>>	qui donne l'eau à la bouche peut être trouvé partout.	T1
sensible	220	Affect/Sécurité- Insécurité-Négative	Malgré une apparence austère (il sourit rarement), Rama IX a la réputation d'un homme simple et	sensible/<ADJ+ASEIn<sensible,sensible,A+Genre=f+Nb=s>>	. Passionné de photo, skipper aguerri, musicien de jazz accompli, il est aussi compositeur, et l'une de ses œuvres fut jouée à Broadway en 1950.	T3
	221	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	La ville de Chiang Raï n'offre que peu d'intérêt (si vous choisissez d'y séjourner, choisissez un hôtel à l'extérieur), mais les environs valent vraiment la peine, Conseil: le Triangle d'Or reste une région	sensible/<ADJ+ApRQn<sensible,sensible,A+Genre=f+Nb=s>>	où les trafics ont toujours cours, notamment celui du yaa baa (p. 26), métamphétamine produite clandestinement avec des produits chimiques importés de Chine.	T3
simple	222	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	Les chambres, assez claires et plutôt grandes, sont	simples/<ADJ+ApRQp<simples,simple,A+Genre=m+Nb=p>>	et propres. Elles sont toutes pourvues d'un cabinet de toilette. Les peintures remises à neuf attestent d'un suivi périodique de l'entretien.	T4
	223	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	Hôtel de centre-ville, très	simple/<ADJ+ApAQn<simple,simple,N+Genre=f+Nb=s>>	et un peu vieillot mais bon rapport qualité/prix.	T3
	224	Appréciation/Réaction/ Qualité-Négative	Les 30 ch. sont	simples/<ADJ+ApRQn<simples,simple,N+Genre=f+Nb=p>>	mais élégantes, avec leur décoration épurée.	T3

	225	Appréciation/Composition/Complexité-Positive	Autre solution, plus risquée mais plus	simple/<ADJ+ApCCp<simple, simple, N+Genre=f+Nb=s>>	: négociez avec le vendeur, qui peut faire des miracles.	T3
solide	226	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Restaurant de gastronomie française tenu par deux amis belges ayant une	solide/<ADJ+JESCP<solide, solide, N+Genre=m+Nb=s>>	expérience (18 ans) dans leur pays d'origine.	T4
	227	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Au fil des années, elle a développé un	solide/<ADJ+ApRQp<solide, solide, N+Genre=m+Nb=s>>	partenariat avec ses correspondants locaux et les compagnies aériennes régulières	T4
sombre	228	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Que se passera t'il pour la prochaine édition? Heureusement, tout n'est pas si	sombre/<ADJ+ApRQn<sombre, sombrer, V+Aux=a+Pers=2+Nb=s+Temps=IP>>	du côté des salles obscures en Thaïlande.	T4
souple	229	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Les interprètes représentant des princes et des princesses se caractérisent par des mouvements gracieux et	souples/<ADJ+JESCP<souples, souple, A+Genre=m+Nb=p>>	, des costumes ornés de bijoux et des couronnes majestueuses.	T1
	230	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Air France propose une gamme de tarifs attractifs accessibles à tous: Tempo 1 (le plus	souple/<ADJ+ApRQp<souple, souple, A+Genre=m+Nb=s>>	) au Tempo 5 (le moins cher) selon les destinations.	T4
	231	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Les restaurants plus huppés ont des horaires moins	souples/<ADJ+ApRQn<souples, souple, A+Genre=m+Nb=p>>	. Les meilleurs sont répertoriés dans BK Magazine ou Bangkok Dining & Entertainment (gratuits distribués dans les hôtels et les restaurants).	T3
spacieux	232	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Accueil agréable. Les chambres, toutes climatisées et bien entretenues, sont	spacieuses/<ADJ+ApRQp<spacieuse s, spacieux, A+Genre=f+Nb=p>>	et meublées de façon classique. L'établissement possède un restaurant.	T4
spécial	233	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Train de nuit	spécial/<ADJ+JESNP<spécial, spécial, A+Genre=m+Nb=s>>	depuis Bangkok au moment de la fête des Éléphants (2e w.-e. de nov.): for, fait spectacle + les repas + excursion à Phanom Rung (inscriptions: 0 ou agences agréées).	T3
	234	Appréciation/Valorisation-Positive	Hotels of the World et Green Leaf. Profitez des offres	spéciales/<ADJ+ApVp<spéciales, spécial, A+Genre=f+Nb=p>>	sur Internet.	T3
spectaculaire	235	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le khon est	spectaculaire/<ADJ+ApRQp<spectaculaire, spectaculaire, A+Genre=m+Nb=s>>	en raison des costumes exquis et les couvre-chefs.	T1
splendide	236	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Ao Nang* est située dans un cadre	splendide/<ADJ+ApRQp<splendide, splendide, A+Genre=m+Nb=s>>	. La baie est gardée par 83 îlots que les pêcheurs ont baptisés, en langue malaise, de noms évoquant leurs formes.	T3
strict	237	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Côté environnement, les consignes de préservation de la nature (capital touristique) ont l'air assez	strictes/<ADJ+JESNP<strictes, strict, A+Genre=f+Nb=p>>	pour rassurer les esprits chagrins qui envisageraient une dégradation quelconque: allons, voyons, quand le business va, tout va?	T4

subtil	238	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Parfois on organise la compétition du stûpa de sable le mieux décoré. Ramasser du sable est un moyen	subtil/<ADJ+JESNp<subtil,subtil,A+Genre=m+Nb=s>>	d'entretenir le monastère lui-même.	T1
	239	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	La cuisine est	subtile/<ADJ+ApRQp<subtile,subtil,A+Genre=f+Nb=s>>	et la musique choisie par la crème des DJ. Après dîner, on peut rejoindre la jeunesse dorée de Bangkok sur la piste de danse (p. 211).	T3
	240	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Ensuite, ils sont entraînés à grimper. La phase la plus	subtile/<ADJ+ApRQn<subtile,subtil,A+Genre=f+Nb=s>>	de l'enseignement consiste à faire comprendre à l'élève la différence entre une noix de coco mûre et une noix trop jeune ou pourrie.	T3
superbe	241	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	-			
	242	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	L'aménagement et la décoration sont	superbes/<ADJ+ApRQp<superbes,superbe,N+Genre=f+Nb=p>>	, vraiment. Une quarantaine de chambres et bungalows tout confort, de style traditionnel thaïlandais, sont installés dans un jardin luxuriant.	T4
	243	Appréciation/Valorisation-Positive	Poussez jusqu'au cap Panwa pour découvrir un	superbe/<ADJ+ApVp<superbe,superbe,N+Genre=f+Nb=s>>	point de vue* sur la baie de Cha long.	T3
sympathique	244	Affect/Satisfaction-Insatisfaction-Positive	Le maître des lieux, Noom, homme	sympathique/<ADJ+ASIp<sympathique,sympathique,A+Genre=f+Nb=s>>	et serviable, voyage occasionnellement en Allemagne ou en France.	T4
	245	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Les guesthouses offrent un hébergement	sympathique/<ADJ+ApRQp<sympathique,sympathique,A+Genre=m+Nb=s>>	.	T3
tendre	246	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Le type de riz le plus populaire pour la consommation des foyers est généralement le riz de jasmin car il est aromatisé et	tendre/<ADJ+ApRQp<tendre,tendre,A+Genre=m+Nb=s>>	.	T1
toxique	247	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Mâcher le bétel rend dépendant et est	toxique/<ADJ+ApRQn<toxique,toxique,A+Genre=f+Nb=s>>	.	T1
tranquille	248	Affect/Satisfaction-Insatisfaction-Positive	Quelques passerelles de bois enjambent la rivière. Soyez	tranquille/<ADJ+ASIp<tranquille,tranquille,A+Genre=f+Nb=s>>	: ce n'est pas le parcours du combattant, même si certaines roches sont plutôt glissantes!	T4
	249	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	La plage est belle et l'endroit	tranquille/<ADJ+ApRQp<tranquille,tranquille,A+Genre=f+Nb=s>>	et agréable.	T4
typique	250	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	Pour	typique/<ADJ+JESNp<typique,typique,A+Genre=m+Nb=s>>	qu'il soit, ce moyen de transport est fortement déconseillé à Bangkok.	T3
	251	Appréciation/Valorisation-Positive	Les mélodies thaïes	typiques/<ADJ+ApVp<typiques,typiques,A+Genre=m+Nb=p>>	du nord sont plutôt lentes.	T1

unique	252	Jugement/Estime sociale/Normalité-Positive	-			
	253	Appréciation/Valorisation-Positive	De telles caractéristiques rendent la soie thaïe attirante et	unique/<ADJ+ApVp<unique,unique,A+Genre=m+Nb=s>>	.	T1
utile	254	Jugement/Estime sociale/Capacité-Positive	Il peut être	utile/<ADJ+JESCP<utile,utile,N+Genre=m+Nb=s>>	de garder deux journées disponibles, consacrées aux visites et achats divers dans la capitale, avant le départ.	T4
	255	Appréciation/Valorisation-Positive	Un bol à aumônes est un objet	utile/<ADJ+ApVp<utile,utile,A+Genre=m+Nb=s>>	aux activités quotidiennes d'un moine.	T1
vieux	256	Jugement/Estime sociale/Normalité-Négative	-			
	257	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Il n'est pas forcément intéressant de rester dormir ici, rester dormir ici, les quelques établissements bas de gamme, trop	vieux/<ADJ+ApRQn<vieux,vieux,A+Genre=m+Nb=s>>	, manquent sérieusement d'entretien et ne sont guère recommandables.	T4
	258	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Sans craindre de paraître ringard, il s'empresse de donner l'exemple en dormant sur une natte, mangeant une fois par jour et arborant la tunique des paysans. Insensible au paraître, il conduit la même	vieille/<ADJ+ApRQn<vieille,vieux,A+Genre=f+Nb=s>>	voiture depuis des années.	T3
	259	Appréciation/Réaction/Qualité-Positive	Ouvert tous les jours de 7h à 22h. La plus	vieille/<ADJ+ApRQn<vieille,vieux,A+Genre=f+Nb=s>>	échope de nouilles au boeuf du quartier. Situé à l'angle de Khao San et de Tanao Road, ce vieux « noodle shop » est un pôle d'attraction pour les touristes mais aussi pour les Thaïlandais du quartier.	T4
violent	260	Jugement/Estime sociale/Normalité-Négative	Enfin, les combats de scarabées, se déroulant surtout pendant les fêtes de « Songkran », voient s'affronter deux spécimens mâles qui en présence d'une femelle deviennent extrêmement	violents/<ADJ+JESNn<violents,violent,A+Genre=m+Nb=p>>	. - Les courses hippiques. A Bangkok, les courses hippiques, sont très	T3
	261	Jugement/Estime sociale/Normalité-Négative	La boxe thaïe autorise tous les coups (ou presque). Super-	violent/<ADJ+JESNn<violent,violer,V+Aux=a+Pers=3+Nb=p+Temps=S>>	et très complet, ce sport a la cote, et les Occidentaux sont nombreux à s'y intéresser.	T4
	262	Appréciation/Réaction/Qualité-Négative	Chemises rouges marchent sur Bangkok et montent des barricades. De	violentes/<ADJ+ApRQn<violentes,violent,A+Genre=f+Nb=p>>	émeutes s'ensuivent.	T4
vrai	263	Jugement/Sanction sociale/Véracité-Positive	Les touk-touk (taxis à trois roues) zigzaguent comme des fous entre les files de voitures, et les piétons doivent courir pour survivre dans cette véritable « jungle » ! Et il est	vrai/<ADJ+JSSVp<vrai,vrai,N+Genre=m+Nb=s>>	que les accidents, notamment de moto, sont assez fréquents.	T4

	264	Appréciation/Réaction/ Qualité-Positive	En Thaïlande il est possible de pouvoir faire un	vrai/<ADJ+ApRQp<vrai,vrai,ADV> >	voyage gastronomique et ce quel que soit son budget.	T4
	265	Appréciation/Valorisation-Positive	Les Thaïs adorent le shopping (paï Tchopping), particulièrement les produits importés et tout ce qui touche au luxe,	vrai/<ADJ+ApVp<vrai,vrai,ADV>>	ou faux. Par ailleurs, de nombreux commerces sont installés dans des galeries marchandes ou sur les trottoirs.	T3



## Annexe 4

### La fréquence des adjectifs les plus fréquents : la ressource lexicale des adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques

N°	Adjectifs	T1		T2		T3		T4		Fréquence absolue totale 31611	Fréquence relative des adjectifs
		Fqa	2051	Fqa	5036	Fqa	9370	Fqa	15154		
1	bon	22	1,07%	22	0,44%	124	1,32%	289	1,91%	457	1,45%
2	beau	1	0,05%	9	0,18%	145	1,55%	251	1,66%	406	1,28%
3	possible	5	0,24%	9	0,18%	19	0,20%	189	1,25%	222	0,70%
4	agréable	0	0,00%	1	0,02%	64	0,68%	142	0,94%	207	0,65%
5	cher	2	0,10%	1	0,02%	38	0,41%	130	0,86%	171	0,54%
6	meilleur	6	0,29%	13	0,26%	41	0,44%	91	0,60%	151	0,48%
7	simple	4	0,20%	10	0,20%	28	0,30%	87	0,57%	129	0,41%
8	intéressant	1	0,05%	0	0,00%	34	0,36%	90	0,59%	125	0,40%
9	excellent	1	0,05%	5	0,10%	69	0,74%	46	0,30%	121	0,38%
10	accessible	0	0,00%	3	0,06%	34	0,36%	68	0,45%	105	0,33%
11	joli	0	0,00%	0	0,00%	56	0,60%	49	0,32%	105	0,33%
12	confortable	1	0,05%	0	0,00%	32	0,34%	61	0,40%	94	0,30%
13	célèbre	5	0,24%	23	0,46%	30	0,32%	30	0,20%	88	0,28%
14	tranquille	0	0,00%	0	0,00%	16	0,17%	71	0,47%	87	0,28%
15	calme	0	0,00%	1	0,02%	19	0,20%	60	0,40%	80	0,25%
16	magnifique	0	0,00%	6	0,12%	8	0,09%	66	0,44%	80	0,25%
17	ancien	2	0,10%	6	0,12%	42	0,45%	26	0,17%	76	0,24%
18	utile	1	0,05%	3	0,06%	40	0,43%	29	0,19%	73	0,23%
19	idéal	2	0,10%	0	0,00%	14	0,15%	53	0,35%	69	0,22%
20	fameux	0	0,00%	5	0,10%	5	0,05%	52	0,34%	62	0,20%
21	charmant	1	0,05%	0	0,00%	27	0,29%	32	0,21%	60	0,19%
22	mauvais	5	0,24%	20	0,40%	18	0,19%	14	0,09%	57	0,18%
23	précieux	4	0,20%	11	0,22%	20	0,21%	22	0,15%	57	0,18%
24	rapide	4	0,20%	3	0,06%	10	0,11%	38	0,25%	55	0,17%
25	superbe	0	0,00%	1	0,02%	29	0,31%	24	0,16%	54	0,17%
26	original	0	0,00%	3	0,06%	11	0,12%	39	0,26%	53	0,17%
27	pratique	1	0,05%	1	0,02%	15	0,16%	36	0,24%	53	0,17%
28	sympathique	0	0,00%	0	0,00%	21	0,22%	31	0,20%	52	0,16%
29	spacieux	0	0,00%	0	0,00%	7	0,07%	44	0,29%	51	0,16%
30	raisonnable	1	0,05%	0	0,00%	9	0,10%	40	0,26%	50	0,16%
31	vrai	1	0,05%	0	0,00%	13	0,14%	36	0,24%	50	0,16%
32	difficile	3	0,15%	5	0,10%	17	0,18%	24	0,16%	49	0,16%
33	riche	0	0,00%	6	0,12%	20	0,21%	23	0,15%	49	0,16%
34	fort	6	0,29%	7	0,14%	22	0,23%	13	0,09%	48	0,15%
35	correct	2	0,10%	4	0,08%	13	0,14%	28	0,18%	47	0,15%
36	remarquable	0	0,00%	3	0,06%	20	0,21%	22	0,15%	45	0,14%
37	clair	0	0,00%	1	0,02%	4	0,04%	39	0,26%	44	0,14%
38	raffiné	1	0,05%	0	0,00%	28	0,30%	15	0,10%	44	0,14%
39	facile	3	0,15%	2	0,04%	20	0,21%	17	0,11%	42	0,13%

N°	Adjectifs	T1		T2		T3		T4		Fréquence absolue totale	Fréquence relative des adjectifs
		Fqa	2051	Fqa	5036	Fqa	9370	Fqa	15154		
40	frais	4	0,20%	4	0,08%	10	0,11%	24	0,16%	42	0,13%
41	convivial	0	0,00%	1	0,02%	0	0,00%	40	0,26%	41	0,13%
42	propre	0	0,00%	1	0,02%	10	0,11%	30	0,20%	41	0,13%
43	spectaculaire	1	0,05%	4	0,08%	24	0,26%	11	0,07%	40	0,13%
44	typique	10	0,49%	1	0,02%	5	0,05%	23	0,15%	39	0,12%
45	impressionnant	0	0,00%	3	0,06%	13	0,14%	20	0,13%	36	0,11%
46	luxueux	0	0,00%	0	0,00%	12	0,13%	24	0,16%	36	0,11%
47	moderne	0	0,00%	3	0,06%	5	0,05%	28	0,18%	36	0,11%
48	propice	19	0,93%	5	0,10%	5	0,05%	7	0,05%	36	0,11%
49	doux	9	0,44%	11	0,22%	8	0,09%	7	0,05%	35	0,11%
50	modeste	0	0,00%	0	0,00%	10	0,11%	24	0,16%	34	0,11%
51	exceptionnel	0	0,00%	1	0,02%	16	0,17%	16	0,11%	33	0,10%
52	chic	0	0,00%	0	0,00%	17	0,18%	13	0,09%	30	0,09%
53	savoureux	1	0,05%	5	0,10%	6	0,06%	18	0,12%	30	0,09%
54	authentique	0	0,00%	0	0,00%	7	0,07%	22	0,15%	29	0,09%
55	grave	0	0,00%	6	0,12%	6	0,06%	17	0,11%	29	0,09%
56	unique	1	0,05%	2	0,04%	16	0,17%	10	0,07%	29	0,09%
57	paisible	0	0,00%	0	0,00%	3	0,03%	25	0,16%	28	0,09%
58	dangereux	0	0,00%	1	0,02%	17	0,18%	9	0,06%	27	0,09%
59	fin	1	0,05%	5	0,10%	7	0,07%	14	0,09%	27	0,09%
60	libre	2	0,10%	5	0,10%	3	0,03%	17	0,11%	27	0,09%
61	moyen	0	0,00%	2	0,04%	10	0,11%	14	0,09%	26	0,08%
62	accueillant	0	0,00%	0	0,00%	3	0,03%	22	0,15%	25	0,08%
63	abordable	0	0,00%	0	0,00%	2	0,02%	20	0,13%	22	0,07%
64	efficace	1	0,05%	5	0,10%	5	0,05%	11	0,07%	22	0,07%
65	exotique	0	0,00%	0	0,00%	7	0,07%	15	0,10%	22	0,07%
66	préférable	0	0,00%	1	0,02%	0	0,00%	21	0,14%	22	0,07%
67	délicat	0	0,00%	3	0,06%	15	0,16%	3	0,02%	21	0,07%
68	impeccable	0	0,00%	0	0,00%	5	0,05%	16	0,11%	21	0,07%
69	puissant	0	0,00%	12	0,24%	5	0,05%	4	0,03%	21	0,07%
70	étonnant	0	0,00%	4	0,08%	11	0,12%	5	0,03%	20	0,06%
71	faible	2	0,10%	7	0,14%	2	0,02%	9	0,06%	20	0,06%
72	juste	0	0,00%	1	0,02%	12	0,13%	7	0,05%	20	0,06%
73	magique	2	0,10%	5	0,10%	11	0,12%	2	0,01%	20	0,06%
74	délicieux	1	0,05%	1	0,02%	0	0,00%	17	0,11%	19	0,06%
75	faux	1	0,05%	1	0,02%	9	0,10%	8	0,05%	19	0,06%
76	impossible	0	0,00%	0	0,00%	6	0,06%	13	0,09%	19	0,06%
77	pauvre	0	0,00%	5	0,10%	8	0,09%	6	0,04%	19	0,06%
78	romantique	0	0,00%	1	0,02%	6	0,06%	12	0,08%	19	0,06%
79	élégant	0	0,00%	1	0,02%	11	0,12%	5	0,03%	17	0,05%
80	exquis	1	0,05%	0	0,00%	12	0,13%	4	0,03%	17	0,05%
81	heureux	4	0,20%	2	0,04%	9	0,10%	2	0,01%	17	0,05%

N°	Adjectifs	T1		T2		T3		T4		Fréquence absolue totale 31611	Fréquence relative des adjectifs
		Fqa	2051	Fqa	5036	Fqa	9370	Fqa	15154		
82	prestigieux	0	0,00%	1	0,02%	11	0,12%	5	0,03%	17	0,05%
83	pur	0	0,00%	3	0,06%	8	0,09%	6	0,04%	17	0,05%
84	spécial	4	0,20%	0	0,00%	6	0,06%	7	0,05%	17	0,05%
85	splendide	0	0,00%	0	0,00%	9	0,10%	8	0,05%	17	0,05%
86	inutile	0	0,00%	0	0,00%	3	0,04%	13	0,09%	16	0,05%
87	acceptable	0	0,00%	0	0,00%	4	0,04%	12	0,08%	16	0,05%
88	naturel	2	0,10%	0	0,00%	5	0,05%	9	0,06%	16	0,05%
89	noble	1	0,05%	5	0,10%	5	0,05%	5	0,03%	16	0,05%
90	chaud	0	0,00%	0	0,00%	5	0,05%	10	0,07%	15	0,05%
91	attractif	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	14	0,09%	14	0,04%
92	avantageux	0	0,00%	0	0,00%	2	0,02%	12	0,08%	14	0,04%
93	sensible	0	0,00%	1	0,02%	9	0,10%	3	0,02%	13	0,04%
94	subtil	3	0,15%	0	0,00%	9	0,10%	1	0,01%	13	0,04%
95	bénéfique	1	0,05%	0	0,00%	7	0,07%	4	0,03%	12	0,04%
96	favori	3	0,15%	3	0,06%	5	0,05%	1	0,01%	12	0,04%
97	lent	2	0,10%	1	0,02%	0	0,00%	9	0,06%	12	0,04%
98	violent	1	0,05%	5	0,10%	0	0,00%	6	0,04%	12	0,04%
99	appétissant	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	11	0,07%	11	0,03%
100	commode	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	11	0,07%	11	0,03%
101	favorable	1	0,05%	4	0,08%	0	0,00%	6	0,04%	11	0,03%
102	vieux	0	0,00%	1	0,02%	3	0,03%	7	0,05%	11	0,03%
103	attirant	5	0,24%	5	0,10%	0	0,00%	0	0,00%	10	0,03%
104	capable	3	0,15%	6	0,12%	0	0,00%	1	0,01%	10	0,03%
105	fiable	2	0,10%	0	0,00%	0	0,00%	8	0,05%	10	0,03%
106	fidèle	2	0,10%	2	0,04%	4	0,04%	2	0,01%	10	0,03%
107	gracieux	1	0,05%	1	0,02%	8	0,09%	0	0,00%	10	0,03%
108	reposant	0	0,00%	0	0,00%	6	0,06%	4	0,03%	10	0,03%
109	solide	1	0,05%	1	0,02%	2	0,02%	6	0,04%	10	0,03%
110	amusant	5	0,24%	0	0,00%	0	0,00%	4	0,03%	9	0,03%
111	brillant	1	0,05%	3	0,06%	4	0,04%	1	0,01%	9	0,03%
112	complexe	1	0,05%	5	0,10%	0	0,00%	3	0,02%	9	0,03%
113	dur	0	0,00%	1	0,02%	1	0,01%	7	0,05%	9	0,03%
114	léger	0	0,00%	0	0,00%	6	0,06%	3	0,02%	9	0,03%
115	lourd	0	0,00%	5	0,10%	0	0,00%	3	0,02%	8	0,03%
116	responsable	0	0,00%	2	0,04%	5	0,05%	1	0,01%	8	0,03%
117	poli	4	0,20%	2	0,04%	0	0,00%	1	0,01%	7	0,02%
118	strict	0	0,00%	6	0,12%	0	0,00%	1	0,01%	7	0,02%
119	illégal	2	0,10%	2	0,04%	0	0,00%	2	0,01%	6	0,02%
120	joyeux	4	0,20%	1	0,02%	0	0,00%	1	0,01%	6	0,02%
121	actif	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	4	0,03%	5	0,02%
122	impoli	4	0,20%	1	0,02%	0	0,00%	0	0,00%	5	0,02%
123	gai	0	0,00%	0	0,00%	2	0,02%	2	0,01%	4	0,01%
124	nouveau	1	0,05%	1	0,02%	0	0,00%	2	0,01%	4	0,01%

N°	Adjectifs	T1		T2		T3		T4		Fréquence absolue totale	Fréquence relative des adjectifs
		Fqa	2051	Fqa	5036	Fqa	9370	Fqa	15154		
125	souple	2	0,10%	0	0,00%	1	0,01%	1	0,01%	4	0,01%
126	tendre	2	0,10%	1	0,02%	0	0,00%	1	0,01%	4	0,01%
127	effectif	0	0,00%	0	0,00%	2	0,02%	1	0,01%	3	0,01%
128	étincelant	2	0,10%	0	0,00%	1	0,01%	0	0,00%	3	0,01%
129	néгатif	2	0,10%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	3	0,01%
130	toxique	1	0,05%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	2	0,01%
131	froid	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	1	0,00%
132	neuf	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	1	0,00%
133	sombre	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,01%	1	0,00%
Fréquence totale		208		362		1665		3256		5492	



## Table des illustrations

### Table des figures

Figure 1 : L'échelle de l'axe d'opposition objectif/subjectif .....	26
Figure 2 : Les catégories des adjectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1999).....	26
Figure 3 : Le modèle de l' <i>Appraisal</i> : vue globale.....	31
Figure 4 : Le schéma hiérarchique de l' <i>attitude</i> de l' <i>Appraisal</i> .....	34
Figure 5 : Le système de réseau de la gradation de l' <i>Appraisal</i> .....	35
Figure 6 : La gradation de l' <i>attitude</i> .....	36
Figure 7 : Les adjectifs axiologiques classés selon les polarités .....	56
Figure 8 : La fréquence des adjectifs axiologiques comparée à la fréquence totale des adjectifs.....	57
Figure 9 : Les adjectifs axiologiques dans les quatre ouvrages.....	58
Figure 10 : La grammaire <i>NooJ</i> pour l'extraction des adjectifs axiologiques à partir du modèle de l' <i>attitude</i> de l' <i>Appraisal</i> .....	63
Figure 11 : La fréquence des adjectifs axiologiques avant et après l'annotation.....	67
Figure 12 : Le schéma élaboré à partir du modèle de l' <i>attitude</i> de l' <i>Appraisal</i> .....	85

### Liste des tableaux

Tableau 1 : La taille de corpus et le nombre des adjectifs.....	48
Tableau 2 : L'exemple des adjectifs les plus fréquents.....	50
Tableau 3 : La liste des adjectifs selon le degré axiologique et la polarité .....	54
Tableau 4 : L'exemple des adjectifs axiologiques classés dans les catégories de l' <i>attitude</i> de l' <i>Appraisal</i> .....	61
Tableau 5 : La fréquence des adjectifs axiologiques classés en catégories.....	64

**MOTS-CLÉS** : adjectif axiologique, corpus, discours touristiques, sémantique

### **RÉSUMÉ**

S'appuyant sur le corpus de 432 546 mots, des adjectifs axiologiques dans les discours touristiques servent de support de notre travail fondé sur l'analyse sémantique. Nous nous interrogeons sur la difficulté à catégoriser et à identifier la valeur axiologique ainsi qu'à la polarité des adjectifs axiologiques. La désambiguïsation et l'annotation sont réalisées ainsi en reposant sur la théorie taxonomique de l'*Appraisal*, à l'aide de quelques outils du traitement automatique des langues, pour parvenir à atteindre l'objectif de cette étude. En réalité, l'objectif final de ce travail s'oriente vers une élaboration de la ressource lexicale des adjectifs axiologiques dans le contexte touristique. Un autre objectif porte sur une analyse des stéréotypes de pensée. Se basant sur la culture et la tradition de chaque communauté, certains adjectifs sont jugés différemment.

**KEYWORDS**: axiological adjective, corpus, tourism discourse, semantic

### **ABSTRACT**

The current study based on a 432,546 words corpus provides a semantic analysis of axiological adjectives in tourism discourse. Here, we consider one of the difficulties in categorising and identifying an axiological value and a polarity of axiological adjectives. To achieve the objective of this study, disambiguation and annotation are accomplished relying on the taxonomical theory of *Appraisal*, by use of tools for Automatic Treatment of Language. In fact, the final expectation of this research is to expand on a lexical resource of axiological adjectives in the context of tourism. Another objective is reached on the analysis of the stereotypic thinking. Certain adjectives are judged differently depending on the culture and tradition of each community.

**Titre : Les adjectifs axiologiques dans les ouvrages touristiques sur la Thaïlande**