STEREOTYPES – FORMS OF PRECONSTRUCTED IN POPULARIZED ECONOMIC DISCOURSE

Maria-Mădălina Urzică (Poiană)
PhD Student, University of Craiova

Abstract :The discursive zone in which we place ourselves is that of cognitive linguistics, of prediscourse, which we define, according to M.-A. Paveau as "a set of collective prediscursive frameworks (knowledge, beliefs, practices), which give instructions for the production and interpretation of meaning in discourse" (Paveau, 2006: 118), a concept closely related to that of pre-constructed.
We are researching what are the characteristics of these forms of preconstructed, more precisely the role of stereotypes and in a certain type of discourse: that of scientific extension related to the economic field. Scientific discourse goes hand in hand with popular discourse, so that communication becomes effective, the scientist's message undergoes a variety of language transformations in order to be received by the world, to become widely accessible.
The analyzed corpus is formed by the book " L'économie pour toutes. Un livre pour les femmes, que les hommes feraient bien de lire" (Economics for all. A book for women, which men should also read) (Jezebel Couppey-Soubeyran and Marianne Rubistein), from which we have used examples to illustrate the research

Keywords: preconstructed, discourse analysis, stereotypes, popularized economic discourse, prediscourse

1. Introduction

Dans une palette issue de la réflexion scientifique traditionnelle proposant des termes théoriques qui vont du donné au construit, de l'inné à l'acquis, le *préconstruit* offre en effet une opportunité d'exploration très abondante. C'est le seul terme qui permet de recouper des phénomènes qui touchent de proche les faits de langue : poncif, stéréotype, préjugé, lieu commun, idée reçue, cliché, *a priori, topos, doxa,* archétype, locution figée ou en cours de figement, etc. Le point commun de toutes ces notions est qu'elles véhiculent des formes et des contenus déjà construits, dont la source n'est pas ou plus connue ou identifiable (par contraire à la citation).

Tenant compte de ces traces du préfabriqué, on arrive implicitement dans la région des prédiscours, puisque tout figement indique la possibilité d'une reproductibilité, une antériorité de la production, devenant ainsi le signal d'un prédiscours. La zone discursive dans laquelle nous nous plaçons est donc celle de la linguistique cognitive, du prédiscours, que nous définissons, d'après M.-A. Paveau comme « un ensemble de cadres prédiscursifs collectifs (savoirs, croyances, pratiques), qui donnent des instructions pour la production et l'interprétation du sens en discours » (Paveau 2006 : 118), notion étroitement liée à celle de préconstruit.

Même plus, fixant l'analyse sur les stéréotypies nous nous demandons quelles sont les caractéristiques de ces formules, à quoi elles renvoient et quel est leur rapport sémantique et fonctionnel avec un certain type de discours: celui de la vulgarisation scientifique liée au domaine économique, représenté par un corpus spécifique, d'actualité (paru en 2014),

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

contenant environ 140 pages qui abondent en structures stéréotypiques recherchées, qui renforcent les notions théoriques présentées.

2. Approche théorique et sémantique des termes

La recherche qui commence s'encadre dans le domaine de l'analyse du discours économique en utilisant les outils de l'analyste du discours et en suivant la perspective de l'École française d'analyse de discours. Nous avons utilisé aussi la perspective de l'analyse textuelle à laquelle nous avons ajouté des commentaires concernant la pragmatique textuelle appliquée au discours non-littéraire, respectivement, le discours de vulgarisation scientifique.

Avant de commencer l'analyse, il est nécessaire de présenter les notions du point de vue sémantique. Le stéréotype, l'exemple le plus concret, est devenu l'objet d'étude des sciences sociales, mais aussi des sciences du langage (en sémantique et en analyse du discours). De cette manière, la conception du stéréotype peut contribuer, comme constate M.-A. Paveau (2006 : 57 et 118), à une conception des discours reposant sur une distribution des cadres prédiscursifs collectifs (savoirs, croyances, pratiques), qui donnent des instructions pour la production et l'interprétation du sens en discours. D'autre côté, le discours scientifique va de pair avec le discours de vulgarisation, car, afin que la communication soit efficace, le message du scientifique subit une variété de transformations langagières pour puisse être reçu par le monde, pour devenir largement accessible.

2.1. Phénomènes de stéréotypage

Les termes *stéréotype* et *cliché*, qui évoquent dans la pensée l'image de la « frappe »[1] sont purement théorisés dans le cadre des sciences sociales et plus précisément dans la psychologie sociale, mais en dehors de cela, à part les sciences du langage et les sciences littéraires, au croisement desquelles ces termes se situent, il y a des études plus récentes[2] qui traitent du stéréotype rapporté au domaine de l'interculturel et de la culturalité.

Le terme *stéréotype* est utilisé dans le langage de spécialité comme dans le langage courant et, pourtant force est de constater la diversité des emplois, et le flou sémantique qui entoure les définitions données par les ouvrages du domaine (la rhétorique, la psychologie, la sociologie ou la littérature) et par les dictionnaires de référence (le Trésor de la langue française, le Robert et le Petit Larousse[3]).

La littérature de spécialité utilise plusieurs notions: *stéréotype, cliché, lieu commun, poncif, topos, banalité, idée reçue, représentation sociale,* tous ces termes étant plus ou moins des synonymes et renvoyant l'un à l'autre, ayant des particularités qui ne sont pas propres à un seul d'entre eux. Le stéréotype et le cliché, en dépit de leur origine étymologique commune, se confondent sur le plan de l'expression verbale, les deux étant à la fois des

[1]Comme l'affirme Anne Herschberg Pierrot : « Le cliché et le stéréotype, de par leur origine étymologique, évoquent l'image de la « frappe », reproduisant la même figure, le même caractère. Structures signifiantes figées, le cliché et le stéréotype sont reçus à la fois comme des formules et des pensées rebattues » (1979 : 87).

[2] Par exemple : Légal, J.B., Delouvée, S. : *Stéréotypes, préjugés et discrimination*, Paris, Dunod, 2008

[3]Le Petit Robert : Stéréotype, *n.m. – 1954 ; adj. 1796 imprim. ; de stéréo- et type 1. Opinion toute faite, réduisant les singularités. – cliché, lieu commun. « Qui n'a appris à l'école sur la Gaule et les Gaulois quelques formules fameuses, quelques stéréotypes ? » (H. Lefebvre).*[…] *Ling. Définition spéciale d'un objet dénommé à un moment donné.*

Le Trésor de la Langue Française : *3. LING., STYL. Association stable d'éléments, groupe de mots formant une unité devenue indécomposable, réemployée après avoir perdu toute expressivité et avec une fréquence anormale.* […] *P. ext. Forme constante, modèle, patron.*

Le Petit Larousse : *n.m. 1. Imprim. Cliché typographique obtenu par collage de plomb dans un flan ou une empreinte (on dit aussi cliché)* ***2.*** *Formule banale, opinion dépourvue d'originalité. * Stéréotypé, e, adj. conventionnel et sans véritable signification. Gestes stéréotypés. Phrase, formule stéréotypée, toute faite. * Stéréotypie, n.f. 1. Imprim. Reproduction des formes imprimantes ou moyen de flans.*

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

«formules figées et des pensées rebattues» (Herschberg-Pierrot, 1979 : 88). L'un et l'autre désignent le banal, le figé, le conventionnel ; pourtant les deux termes ne coïncident pas à tous les niveaux.

Le côté d'ambiguïté quant à la définition des notions est souvent souligné. Jean-Claude Anscombre déclare défendre une théorie des stéréotypes dans la lignée de Putman, Kleiber, Charolles, mettant l'accent sur le rôle de la communauté linguistique « tout ensemble de sujets parlants qui est présenté comme partageant (entre autres choses) une certaine liste de termes affectés des mêmes significations » (Anscombre, 2001: 60), ce qui conduit à la définition qu'il donne au stéréotype :

> « le stéréotype d'un terme est une suite ouverte de phrases attachées à ce terme, et en définissant la signification. Chaque phrase du stéréotype est, pour le terme considéré, une phrase stéréotypique. Remarquons que je devrais normalement dire que le stéréotype est relatif à un sujet parlant. Si tout sujet parlant possède dans son stock linguistique un certain nombre de phrases qui pour lui caractérisent la signification du terme considéré, cette liste n'est pas nécessairement la même que celle d'un autre sujet parlant, et il peut se faire qu'il la modifie pour une raison ou pour une autre : par exemple, un certain nombre d'échanges langagiers ont augmenté sans savoir sur tel ou tel point. D'où la nécessité de caractériser le stéréotype d'un terme comme étant une liste ouverte. » (Idem : 60-61).

Nous retenons cette affirmation pour la situation de certains énoncés en train de se proverbialiser, situation, d'ailleurs fort difficile à distinguer.

Même si la difficulté de distinguer les phases de la formation du stéréotype est largement reconnue, celui-ci peut être considéré une « représentation efficace », puisque « stable », comme le fait Henri Boyer, traitant également le stéréotypage comme indicateur de conflit diglossique et précisant :

> « le *stéréotypage* est selon moi un processus de figement représentationnel dont l'importance au sein de l'imaginaire communautaire de la /des langue(s) n'est plus à démontrer. Et le *stéréotype*, structure sociocognitive réductrice par excellence (pour une pertinence pratique maximale, il doit comporter un ensemble limité et fermé de traits constitutifs) pourrait bien être le lot de toute représentation efficace, consensuelle, stable. » (2007 : 39, souligné par l'auteur).

Considérant le stéréotype d'une perspective discursive, nous touchons obligatoirement au stéréotypage comme appareil représentationnel.

Pour le stéréotype, nous retenons la définition de Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot: « terme emprunté au langage courant » désignant « les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel. Il s'agit des représentations toutes faites, des schèmes culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante » (2000 : 26). Deux idées sont très utiles pour notre démarche : « préexistants » notion liée aux schèmes culturels et « filtrer la réalité ambiante». Nous les utilisons ainsi : "préexistant " s'inscrit dans notre perspective du prédiscours, du préconstruit, qui suppose une antériorité.

2.2. Discours de vulgarisation scientifique

Le processus de vulgarisation peut être défini selon les grands dictionnaires[4] de langue française, comme une action de diffuser, de mettre à la portée du plus grand nombre, des non-spécialistes des connaissances, des idées, des produits techniques et scientifiques. En pratique et surtout en particulier, cette action peut être traduite comme l'adaptation, une reformulation des notions, des connaissances appartenant à un discours spécialisé afin de les rendre

[4] Le Petit Robert, Le Larousse, etc.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

compréhensibles aux personnes non-spécialistes. De plus, cette reformulation consiste généralement à débarrasser le discours de spécialité des difficultés spécifiques et des caractères techniques afin de les rendre accessibles au grand public.

> « La vulgarisation scientifique (désormais V.S.) est classiquement considérée comme une activité de diffusion, vers *l'extérieur*, de connaissances scientifiques déjà produites et circulant à *l'intérieur* d'une communauté plus restreinte; cette diffusion se fait hors de l'institution scolaire-universitaire et ne vise pas à former des spécialistes, c'est-à-dire à étendre la communauté d'origine » (Authier, 1982 : 34).

Pour continuer dans la même lignée que Jacqueline Authier, dans leur *Dictionnaire d'analyse du discours*, Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau affirment le fait que, « En analyse du discours, les discours de vulgarisation prennent place parmi les discours de transmission de connaissances, puisque leur vocation est de mettre un savoir à la portée de non-spécialistes » (2002 : 604), en considérant ces types de discours comme un « discours second », une sorte de « discours de divulgation », qui coexiste dans la communication avec un discours scientifique, « discours source », ou primaire.

Le discours de spécialité, ou le discours scientifique signifie toute sorte de communication d'un spécialiste qui a comme destinataire un autre spécialiste, une communication sur le même niveau, avec des actants de même rang. Les messages qu'ils envoient un à l'autre sont décodables en utilisant le même code, la même langue, la même terminologie qu'ils maîtrisent et sont capables d'utiliser. Daniel Jacobi (1985) appelle ce type de discours « le discours source, ésotérique et légitime ».

En analysant le processus de production du message télévisuel vulgarisateur, Bernard Schiele et Gabriel Larocque arrivent à la conclusion que ce type de discours « n'est pas un message lacunaire dont il suffirait de corriger les imperfections ou les erreurs pour le faire accéder au statut de message scientifique ou de message didactique. Il n'est ni un message scientifique dégradé ni un message didactique tronqué » (1981 : 168). Cette définition par négation nous offre une perspective sur la complexité des informations dont les formes plus ou moins élaborées désignent le degré de scientificité, mais aussi rendent l'écart qui sépare les deux types de messages.

3. Pourquoi ce corpus ?

Le corpus utilisé lors de cette recherche est formé par le livre *« L'économie pour toutes. Un livre pour les femmes, que les hommes feraient bien de lire* », dont les auteurs sont Jézabel Couppey-Soubeyran et Marianne Rubistein, paru aux Éditions La Découverte, Paris, en 2014[5]. Les deux femmes auteurs sont des économistes par profession, maîtres de conférences des universités, J. Couppey-Soubeyran à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne, auteure de plusieurs ouvrages d'économie, à destination académique et grand public, pendant que M. Rubistein qui travaille à l'Université Paris VII Denis Diderot est auteure des publications économiques, mais surtout des romans et des essais.

Les deux auteures, scientifiques par profession, montrent « même aux plus réticents, qu'il est possible de parler d'économie clairement, sans aplatir la connaissance, ni simplifier à outrance » (quatrième de couverture), encadrant ainsi le texte dans le domaine du discours de vulgarisation, autant que son but est d'informer, de transmettre au grand public des renseignements scientifiques.

[5] Ce corpus sera intitulé au cours de la recherche C.V. (corpus vulgarisation).

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

Dans un discours à forte composante féministe[6], le livre qui associe le côté purement scientifique de Jézabel Couppey-Soubeyran avec le grand don narratif de Marianne Rubinstein (manifesté explicitement après les années 2000)[7], explique d'une manière que nous considérons comme ayant une substance littéraire très attirante « le monde économique » aux femmes comme récepteur principal:

> « Un livre d'économie écrit par des femmes pour les femmes? Exactement ! […] Parce qu'aujourd'hui les femmes comptent plus pour l'économie que l'économie ne compte pour elles. Elles ont pris place dans la vie économique: désormais, elles étudient, travaillent, gèrent, décident… » (C.V. 2014: 7)

dans un univers autrefois réservé aux hommes et qui continue de se décliner au masculin, la « phrase masculine » contraint la place et le chemin que les femmes ont encore à parcourir. Toutefois, cette vision ne représente pas du tout un regard féminin sur l'économie, puisque les hommes « sont non seulement autorisés, mais invités à lire attentivement » (C.V. 2014: 11) comme le suggère même le sous-titre du livre: *Un livre pour les femmes, que les hommes feraient bien de lire aussi*[8].

Leur discours de vulgarisation se trouve en étroite correspondance avec le discours scientifique (nous rappelons le fait que les auteures sont des scientifiques par profession et le montrent bien), dont il est considéré une variante, son utilisation étant acceptée autant que son but est d'informer, de transmettre au grand public des communications scientifiques, sous une forme limpide:

> « À chacune de ces questions, nous avons essayé de répondre de manière à la fois rigoureuse et limpide. C'est d'ailleurs cette exigence de limpidité qui nous a conduites à refuser systématiquement l'enfumage « pseudo-scientifique » ou « pseudo-mathématique » que notre discipline adore […]. » (C.V. 2014: 10).

D'autre côté, en parlant des aspects plus spécifiques, sémiotique et lexique de ce processus, D. Jacobi constate que la vulgarisation scientifique est « une traduction de la langue savante en langue vulgaire (ou commune plus précisément) » (1985: §8) encore même, toute sorte de paraphrase, de reformulation du discours scientifique avec le but d'être transformé en utilisant une terminologie adéquate pour le public commun. La V.S. est donc, un outil par lequel, afin d'éduquer, de transmettre des connaissances importantes, parfois vitales, on transforme les concepts d'un discours par des moyens linguistiques.

En parlant de vulgarisation, nous évoquons les processus par lesquels on reformule le discours scientifique ou technique pour être compris par le grand public moins initié dans les domaines. Le but de notre recherche est de distinguer les marques du préconstruit dans le discours de spécialité (donc les formes de ces marques), en suivant en principal le schéma de Marie-Anne Paveau pour les situations trouvées et le dictionnaire de Charaudeau et Maingueneau (2002) pour les clarifications des termes.

4. Incursion des formes de figement dans les prédiscours

La notion de *stéréotype,* en tant que forme répétitive,est considérée par Roland Barthes, dans sa leçon inaugurale au Collège de France, en 1977, comme « l'essence même de toute la langue » (Plantin, 1993 : 3). Selon Walter Lippman, le publiciste qui a utilisé ce

[6] Manifesté, entre autres, par l'accent mis dans l'Avant-propos sur la condition des femmes, mais aussi par l'encouragement que les auteures offrent aux femmes vers leur illumination dans ce domaine « Parce que aujourd'hui les femmes comptent plus pour l'économie que l'économie ne compte pour elles » (2014: 7).
[7] Il s'agit de 7 ouvrages de spécialité de J. Couppey-Soubeyran, par rapport à 1 seul ouvrage de spécialité suivi par 8 romans (publiés après 2000) de M. Rubinstein.
[8] *Aussi* rétablit l'équilibre entre les sexes: il s'agit d'un livre pour les femmes, mais également pour les hommes, en effet, tout le monde ferait bien de le lire.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

terme pour la première fois, les stéréotypes sont essentiels pour l'existence : sans eux il serait impossible d'examiner le monde ou d'agir sur ce monde (cf. Amossy/ Herschberg-Pierrot, 2000 : 27). Sans ignorer le versant négatif du terme, qui conduit au "préjugé", on reconnaît le caractère inévitable du stéréotype.

Au cours du temps les sociologues ont essayé d'observer comment se réalise la relativisation ou la neutralisation des aspects dévalorisants du phénomène. Néanmoins, Ruth Amossy et Anne Herschberg-Pierrot retiennent que les stéréotypes, quoique sources des préjugés et des erreurs, sont un « facteur de cohésion sociale, un élément constructif dans le rapport à soi et à l'Autre » (2000 : 43).

Les principales fonctions des stéréotypes sont liées à l'identité sociale, car, dans la vie sociale, le stéréotype schématise et catégorise. La compréhension du monde exige un rapport permanent aux modèles préexistants ; on a besoin de faire des prévisions et de régler les conduites selon des modèles généralisés. Une deuxième fonction est la cognition sociale ; les stéréotypes sont inclus et explorés dans ce processus de traitement de l'information dont le fondement se trouve dans les schèmes collectifs préexistants. Les traits particuliers fournis par les stéréotypes contribuent à la formation des impressions concernant l'Autre, et, dans ce cadre, le stéréotype est conçu comme ayant une conceptualisation productive.

La perspective discursive qui est la nôtre inscrit le stéréotype dans la direction de Ruth Amossy et Anne Herschberg-Pierrot, comme « une croyance » (2000 : 27)[9], comme un cliché « images préconçues et figées, sommaires et tranchées des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, profession, fréquentations, médias de masse, etc.) et qui déterminent à un plus ou moins degré nos manières de penser, de sentir, et d'agir » (Amossy/ Hercheberg-Pierrot *idem*)[10] et enfin comme « manières de penser » selon la théorie de Ficher (1996 : 133).

Deux catégories de stéréotypes se distinguent : les stéréotypes de pensée et les stéréotypes linguistiques. Les premiers réfèrent aux croyances, les deuxièmes aux formes linguistiques figées. De même, nous retenons la classification de Charlotte Schapira (1999), reprise par Marie-Anne Paveau qui la présente d'après la table des matières avec des exemples sélectionnés dans l'ouvrage :

> « 1. Les locutions stéréotypées expressives : *deux pelés et trois tondus, à dormir debout, au compte-gouttes, que je sache, monter sur ses grands chevaux, avoir une araignée dans le plafond.*
> 2. Le proverbe
> 3. Autour du proverbe. 3.1. Énoncés parémiques apparentés (dicton, adage, apophtegme, slogan et devise, truisme ou lieu commun : *le monde est petit, tous les goûts sont dans la nature.* 3.2. Proverbialisation (*séparer le bon grain de l'ivraie).*
> 4. Autres stéréotypes. 4.1. Phrases de routine (formules de politesse comme *je vous en prie,* formules rituelles comme *qu'à Dieu ne plaise,* stéréotypes de circonstance ou réflexes conversationnels du type *un ange passe, on aura tout vu*). 4.2. Citation proverbialisée (*je suis une force qui va, qu'importe le flacon…*). » (Paveau, 2006 : 58).

En suivant ce schéma, mais aussi le schéma plus en détails de Phi Nga Fournier (2010) nous proposons à la suite l'analyse des stéréotypes sous forme de locutions expressives (proverbes et structures liées au proverbe, c'est-à-dire les énoncés parémiques, ainsi que les

[9]Amossy et Herschberg Pierrot citent ici Jahoda, Marie, *« Stéréotype », A Dictionary of the Social Sciences*, London, Tavistock Publications, 1964 : 694.
[10] Amossy et Herschberg Pierrot citent ici Morfaux, Louise Marie, *« Stéréotype », Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines*, Coli, 1980 : 34.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

phrases de routine). Nous avons choisi de présenter en détail cinq exemples pour chaque catégorie (à cause de la restriction des pages pour la publication), l'analyse complète se trouvant dans la thèse de doctorat.

4.1.Les locutions stéréotypées expressives

Pour les établir plus clairement, nous empruntons les règles brièvement énoncées par Phi Nga Fournier : « Les locutions stéréotypées se distinguent par: - Un contenu imagé, dans lequel chaque mot garde sa charge sémantique; - Une syntaxe (généralement) régulière; - Un sens global généralement métaphorique; - Des structures diverses et variées. » (2010 : 88). L'auteure présente une typologie des locutions stéréotypées expressives, qui nous servira de grille de recueillement des exemples de notre corpus et selon laquelle nous allons faire notre analyse.

Le critère de démarcation entre une locution grammaticale et une locution expressive, en dehors du fait que la dernière est « expressive », donc qu'elle est marquée stylistiquement, le constitue l'existence d'une autre locution, parfaitement commutable, mais non marquée stylistiquement.

Les locutions stéréotypées expressives sont de plusieurs types (selon Fournier 2010 : 86) :

- locutions syntagmatiques expressives (expressions stéréotypées littérales ; expressions stéréotypées métaphoriques ; expressions stéréotypées allusives ; clichés)
- locutions idiomatiques (Idiotismes)
- énoncés stéréotypés (proverbes, dictons, adages ; apophtegmes ; formules de politesse ; formules rituelles ; phrases de routine et de circonstance ; idées reçues ; slogans).

A. Les expressions stéréotypées allusives

L'allusion fait référence à un texte commun, à une culture commune, étant utilisée par les locuteurs qui connaissent leur origine et quand ils considèrent que leurs interlocuteurs les connaissent aussi. Le plus souvent il s'agit d'une allusion littéraire, biblique ou bien d'origine en mythologie gréco-romaine ; parfois il s'agit des allusions qui font référence au domaine historico-culturel, ou même de la vie de tous les jours.

Nous nous sommes arrêtés sur quelques exemples du corpus :

« D'ailleurs, ne vous la représentez-vous pas davantage en technocrate au teint gris comme son costume que sous les traits de la princesse Europe, jeune mortelle si belle que Zeus en tomba amoureux, l'enleva et l'emporta jusqu'en Crète, berceau du continent ? » (C.V. 2014 : 117), renvoyant à la mythologie et aux histoires amoureuses de Zeus.

« Au commencement était Bismarck… » (C.V. 2014 : 104) est une allusion anecdotique, aux connotations bibliques (« Au commencement était la Parole » représentant le début de l'Évangile selon Jean), mais remplacé dans notre cas et dans notre contexte par Bismarck, le chancelier de fer, l'un des acteurs les plus importants des événements du XIXe siècle.

« Mais rien n'est simple et tout se complique, comme dirait Sempé ! » (C.V. 2014 : 104), allusion littéraire – voire le bien connu écrivain de bande dessinée humoristique Jean-Jacques Sempé, *Rien n'est simple* et *Tout se complique* étant deux de ses nombreux recueils de dessins.

L'expression stéréotypée allusive « En ces temps de vaches maigres […] » (C.V. 2014 : 90) signifie une période de pauvreté, de privation, dans l'attente des jours meilleurs. La compréhension de cette expression est facile, pendant une période de pénurie les vaches sont maigres, car elles mangent peu, tandis que pendant une période d'abondance les vaches sont grasses. Toutefois, l'exemple choisi ne représente qu'une autre allusion biblique évidente pour les connaisseurs, remontant plus loin, aux Saintes Écritures, plus précisément

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

au chapitre 41 de la Genèse, dans lequel est présenté un rêve que Pharaon a vu et qui annonçait deux périodes successives, une de sept années d'abondance, symbolisée par sept vaches grasses, puis une autre de sept années de disette, représentée par sept vaches maigres. Il s'agit de ces vaches qui sont restées le symbole qu'on trouve aujourd'hui dans notre expression.

Les expressions stéréotypées allusives font donc référence à une culture commune, renvoyant donc à des éléments préexistant dans le discours, donc au préconstruit.

B. Les clichés

Le cliché métaphore

Figures de style qui ne sont pas indispensables à la communication, les clichés métaphore sont un luxe du lexique, ayant une expression équivalente plus simple et plus directe, d'habitude non-marquée. Les stéréotypes expressifs apparaissent dans tous les types du discours, surtout littéraire, mais aussi dans le discours de vulgarisation scientifique:

1) « En temps de crise, on se serre la ceinture » (C.V. 2014 : 90, *notre soulignage*) l'expression plus simple et non marquée stylistiquement étant « faire des économies, se priver ».

2) « Mais même après tous ces renoncements symboliques, « faire son nid » coûte cher et même très cher […]. » (C.V. 2014 : 13, *notre soulignage*), son équivalent[11] plus direct étant « établir sa résidence » (dans notre cas), ou bien atteindre un but.

3) « Détrompez-vous, les économistes chaussent leurs lunettes pour observer n'importe quel objet, dès lors que l'on peut y associer des choix et des incitations, une offre et une demande, des coûts et des bénéfices, etc. » (C.V. 2014 : 42, *notre soulignage*), expression imagée qui signifie « mettre les lunettes ».

4) « Vous voilà devant votre banquier, le dos bien droit, essayant de paraître sérieuse et raisonnable car vous venez solliciter un crédit immobilier. » (C.V. 2014 : 27, *notre soulignage*)

Nous nous penchons aussi dans notre analyse sur **le cliché intensif**, sur le modèle linguistique qui a produit « un des clichés les plus fertiles et les plus systématiques de la langue française», la comparaison *comme* + SN, modifiant un adjectif ou un verbe :

Adjectif [comme + SN] :

« N'aurait-il pas mieux valu profiter d'un logement en location, peut-être plus spacieux, et repartir ensuite, libre comme l'air, après avoir donné votre congé ? » (C.V. 2014 : 15, *notre soulignage*), pour designer une personne sans obligations, d'après l'expression anglaise (*as free as a bird*).

« C'est ce qui explique que la crise financière se doit diffusée partout, telle une traînée de poudre. » (C.V. 2014 : 39, *notre soulignage*). Les locutions stéréotypées expressives donnent souvent des détails sur l'intensité d'une action ou d'une caractéristique.

C. Les énoncés stéréotypés – les proverbes

Le Trésor de la Langue Française définit le proverbe comme "Sentence courte et imagée, d'usage commun, qui exprime une vérité d'expérience ou un conseil de sagesse et auquel se réfère le locuteur" ou, encore "phrase qui contient une sentence et qui exprime une vérité générale", qui, inséré dans le discours a un caractère autonome, de séquence figée.

Dans notre corpus ce type de « sentence courte » apparaît souvent.

1) « Comme le dit le proverbe, « les conseilleurs ne sont pas les payeurs » » (C.V. 2014 : 16).
2) « les arbres ne montent pas jusqu'au ciel » (C.V. 2014 : 19)
3) « quand le bâtiment va, tout va » (C.V. 2014 : 24)

[11]L'expression figée étant « petit à petit, l'oiseau fait son nid », signifiant que à force de persévérance et de patience, on va finir par atteindre son but.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

4) « l'homme au boulot, la femme aux fourneaux et aux marmots » (C.V. 2014 : 41)
5) « les poules n'ont pas toujours des dents » (C.V. 2014 : 49)
6) « *never complain, never explain* » (C.V. 2014 : 58)
7) « La cigale, ayant chanté tout l'été, se trouva fort dépourvue quand la bise fut venue… » (C.V. 2014 : 89)
8) « l'argent ne fait pas le bonheur » (C.V. 2014 : 134)
9) « il vaut mieux être riche et en bonne santé que pauvre et malade » (C.V. 2014 : 134)
10) « à travail égal, salaire égal » (C.V. 2014 : 140)

Chaque proverbe à part a son origine, son explication qui s'encadre tellement bien dans le contexte analysé. Quoiqu'ils ont une source vérifiable ou non, ils réalisent le lien avec le déjà dit, antérieurement construit.

Pour ce qui est des formes figées distinguées dans le champ discursif et textuel, nous évoquons d'abord l'idée du proverbe « repoussoir textuel » dont parlent Almuth Gresillon et Dominique Maingueneau : « Autant dire que le proverbe possède le statut d'un repoussoir textuel idéal pour des poètes surréalistes. Un repoussoir dont la subversion ne saurait manquer de produire des énoncés délectables. » (1984 : 121).

5. Conclusions

Nous distinguons deux situations importantes : celle où le préconstruit se manifeste comme une preuve de discours polyphonique et une autre, liée au rôle d'une forme figée dans le champ discursif et textuel. Puisque le stéréotype est une construction où l'on distingue « des traces de collectif déjà construit » (Paveau, 2006 : 37), une « construction de lecture » (Amossy, 1991 : 22).

Les automatismes de langage présentent une problématique qui est encore ouverte à la recherche et à l'analyse. Les formules figées ont un lieu à part dans la conversation et nous ne pouvons pas en contester l'autorité : « Il serait faux de penser que seuls les textes littéraires ont recours aux locutions stéréotypées expressives. Bien au contraire, elles sont présentes dans toutes les formes de discours. » (Fournier, 2010 : 89). Les phénomènes de stéréotypage sont présents pour tous les types de classifications dans les œuvres analysées et encore les phénomènes de stéréotypage sont présents dans le discours de vulgarisation scientifique. Les formules étudiées, à forte composante stéréotypée, abondent dans le discours de vulgarisation économique analysé ; toutefois, elles ne visent pas de compenser un manque de langue ; elles ne représentent pas une marque d'échec de la parole, non plus une incapacité de décrire ou de dire le réel: tout au contraire, il s'agit d'un langage renforcé, complété et conféré d'une charge culturelle et émotionnelle.

BIBLIOGRAPHY

- Amossy, Ruth, Herschberg Pierrot, Anne. 1997. *Stéréotypes et clichés. Langue, discours société.* Paris : Éditions Nathan.
- Amossy, Ruth, Rosen Elisheva. 1982. *Les Discours du cliché*. Paris : Sedes CDU.
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique (éds.). 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours.* Paris : Éditions du Seuil.
- Dufays, Jean-Louis. 1994. *Stéréotype et lecture.* Liège : Édition Mardaga.
- Fournier, Phi Nga, «Le stéréotype dans le lexique.» In: *Synergies : Pays riverains du Mékong* no. 1, p. 85-99, 2010.
- Gresillon, Almuth, Maingueneau, Dominique, «Polyphonie, proverbe et détournement, ou un proverbe peut en cacher un autre.» In: *Langages*73, 1984, 112-125.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)

- Jacobi, Daniel, 1985. « *Sémiotique du discours de vulgarisation scientifique* », *Semen*[En ligne], 2 | 1985, mis en ligne le 4 juin 2007, URL : http://semen.revues.org/4291
- Paveau, Marie-Anne. 2006. *Les prédiscours. Sens, mémoire, cognition.* Paris : Presse Sorbonne Nouvelle.

Corpus:

- Couppey-Soubeyran, Jézabel, Rubinstein, Marianne. 2014. *L'économie pour toutes.* Paris : La Découverte.

BDD-A28620 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:25 UTC)