

LA REPRÉSENTATION DES PRÉJUGÉS ETHNIQUES EN FRANÇAIS : QUELQUES NOTES SUR LES NOTIONS DU STÉRÉOTYPE LINGUISTIQUE ET DU STÉRÉOTYPE DE PENSÉE

Zuzana Puchovská

Université Comenius de Bratislava

Abstract: In the first part, the contribution explains and describes the notion *stereotype* as a linguistic, cognitive and social phenomenon. Furthermore, it stresses the division of the notion into a linguistic and a mental stereotype and considers it to be essential from the point of view of a deeper analysis of the notion. Such a division comprehends the stereotype in its verbal, lexicographically anchored form, and, on the other hand, as a result of human mind prejudices or ideas about the world. The contribution is based on the analysis of French ethnonyms which enter these stereotypes and are the signs of ethnic prejudices in French. In the closing part, it deals with the problem of untranslatability of ethnic linguistic stereotypes.

Key words: stereotype, linguistic, mental, prejudice, ethnonym

Abstrakt: Autorka príspevku v prvej časti vysvetľuje a opisuje pojem stereotyp ako jazykový, kognitívny a sociálny fenomén. V nasledujúcom texte zdôrazňuje rozdelenie pojmu na lingvistický a mentálny stereotyp a vníma ho ako dôležitý z hľadiska hlbšej analýzy tohto pojmu. Takéto rozdelenie ukazuje stereotyp v jeho jazykovej lexikograficky ukotvenej podobe a stereotyp ako výsledok myšlienkových predsudkov či predstáv o svete. Príspevok sa opiera o analýzu francúzskych etnoným, ktoré do týchto stereotypov vstupujú, a sú prejavom etnických predsudkov vo francúzštine. V záverečnej časti sa autorka venuje problému nepreložitelnosti etnických lingvistických stereotypov.

Kľúčové slová: stereotyp, lingvistický, mentálny, predsudok, etnonymum

Spontanément, que savons-nous du vaste monde ? Des lieux communs, des clichés, où tous les Nordiques sont blonds, toutes les Allemandes nattées, où tous les Africains vivent dans des cases et les Esquimaux dans les igloos, où tous les Américains mâchent du chewing-gum et les Chinois marchent à petits pas.

Patrice Louis (2006, p. 7)

La question des évidences partagées, des représentations collectives, des automatismes de langage, des stéréotypes linguistiques ainsi que mentaux se

trouve aujourd'hui au centre des réflexions contemporaines et elle préoccupe des chercheurs de différentes disciplines de sciences humaines. Il s'agit, bien évidemment, d'un champ d'étude très large dont fait partie la problématique de la représentation des préjugés ethniques dans les langues.

Dans la présente étude, nous nous proposons d'analyser, plus précisément, la représentation des préjugés ethniques en français et cette représentation sera discutée notamment à travers les notions du stéréotype linguistique et du stéréotype de pensée. Du point de vue linguistique, le préjugé ethnique se reflète dans les expressions et les locutions qui contiennent les noms ou les adjectifs ethniques. Dans ce sens, nous nous concentrerons sur les ethnonymes qui provoquent chez les locuteurs une certaine représentation de la nation et de sa culture. Quant au terme « préjugé », selon Jean-Baptiste Légal et Sylvain Delouée (2008, p. 13), on le décrit comme un jugement *a priori*, une opinion préconçue relative à un groupe de personnes ou une catégorie sociale. En psychologie, le terme est généralement associé à une valence négative. Ainsi, peut-on dire que préjugé est « une attitude négative ou une prédisposition à adopter un comportement négatif envers un groupe, ou les membres de ce groupe, qui repose sur une exagération erronée et rigide » (Allport in Légal – Delouée, 2008, p. 13). De ce fait, on constate que les ethnonymes sont, en général, fortement liés avec les préjugés qui mettent en place souvent une image négative, simplifiée et réductrice de l'étranger. Ces préjugés sont, quant à eux, véhiculés dans la langue par les stéréotypes linguistiques et les stéréotypes de pensées.

Plusieurs questions apparaissent : que veut dire la notion même du stéréotype ? Pourquoi parle-t-on d'un côté du stéréotype linguistique et de l'autre côté du stéréotype de pensée ? Quel est leur rapport avec les ethnonymes et en quoi peut consister leur difficulté linguistique ? Pour répondre à ces questions, trois axes seront proposés. Tout d'abord, nous essayerons de comprendre ce que veut dire la notion même du stéréotype qui s'avère difficile à définir à cause d'un nombre important de disciplines qui l'étudient. Ensuite, nous réfléchirons sur l'importance de la distinction entre le stéréotype linguistique et le stéréotype de pensée. Et nous terminerons par l'observation qui nous amène à constater que c'est notamment les stéréotypes linguistiques véhiculant les préjugés ethniques qui peuvent poser des difficultés, par exemple, au niveau de la traduction dues à leur caractère expressif et à un certain degré de leur intraduisibilité.

Il conviendra de souligner que tous les exemples utilisés pour illustrer notre propos sont tirés du corpus de la recherche qu'actuellement nous menons au sein du projet Vega du Département d'Études de langues et littératures romanes de l'Université Comenius de Bratislava qui porte sur la représentation des préjugés ethniques dans les langues romanes. Il est incontestable que les noms et les adjectifs de nationalité montrent le même fonctionnement dans toutes les

langues du monde. Ainsi les exemples concernant la langue française n'ont-ils qu'une visée illustrative.

LE STÉRÉOTYPE, UNE NOTION INTERDISCIPLINAIRE

Il en va de soi que la notion du stéréotype ne peut pas être appréhendée exclusivement par la linguistique et que seules les études linguistiques ne montreraient pas la complexité du phénomène tel que la stéréotypie, notion fortement liée avec les termes comme préjugé, croyance, conviction, idée reçue¹ ou bien discrimination. La définition du stéréotype s'avère ainsi problématique et surtout instable car chaque discipline des sciences humaines qui s'apprête à étudier cette notion, ne se concentre que sur une partie de ce phénomène, s'intéresse donc à des aspects particuliers du stéréotype et, par conséquent, apporte à chaque fois un nouveau regard sur la notion. En effet, le stéréotype ou la stéréotypie est étudiée principalement par quatre disciplines scientifiques, à savoir des sciences sociales (plus particulièrement de la psychologie sociale), des sciences cognitives, de la théorie littéraire (plus particulièrement, on peut évoquer la stylistique et la poétique) et il s'agit, finalement, de la linguistique au sein de laquelle il convient de penser à la lexicologie, la syntaxe, la morphologie, la sémantique et l'analyse du discours. Ainsi pouvons-nous dire de manière schématique que le stéréotype serait un phénomène à la fois langagier, cognitif et social:

C'est un phénomène langagier car il se manifeste dans le discours écrit ou oral sous certaines formes linguistiques analysables (les locutions ou syntagmes figés) qui coexistent avec le reste du lexique. En plus, les stéréotypes sont fortement liés à la communication langagière car pour être compris chaque locuteur puise dans un ensemble de croyances et d'opinions partagées par la communauté linguistique et socio-culturelle à laquelle il appartient. Selon Hilary Putnam (Putnam in Soraya, 2006, p. 27-28), le stéréotype serait un ensemble de traits associés conventionnellement à un mot de même qu'il s'agirait d'une représentation simplifiée associée à ce mot. Cette représentation, d'après l'auteur, est obligatoire car elle assure la réussite de la communication. Ainsi, peut-on comprendre le stéréotype comme ensemble de traits sémantiques attachés à l'unité lexicale qui est conditionné par la norme sociale et culturelle

¹ Il s'avère problématique de définir le terme « stéréotype » également à cause d'une terminologie riche et variée qui décrit ce phénomène. Anne Herschberg-Pierrot et Ruth Amossy (2005, p. 9-25) proposent un aperçu intéressant de l'histoire des notions qui se rattachent à ce phénomène de la stéréotypie, il s'agit par exemple de terme comme *cliché*, *poncif*, *lieu commun*, *idée reçue*, *prototype*.

d'une communauté linguistique. En effet, nous pouvons constater que les stéréotypes (compris soit comme syntagme/locution figée soit comme ensemble de traits sémantiques d'un mot) aident à éviter les échecs de la communication et contribuent à l'intercompréhension des interlocuteurs.

C'est un phénomène cognitif car on peut le considérer comme un moyen de catégorisation du monde. Les stéréotypes aident à une certaine simplification de la complexité du monde difficile ou impossible à appréhender. Le stéréotype est ainsi compris comme « le moindre effort de la cognition » (Soraya, 2006, p. 17) et il fonctionne au sein d'une communauté qui partage les mêmes croyances, convictions et préjugés inscrits dans la mentalité de ses membres. Autrement dit, les stéréotypes concernent nos perceptions, visions ou idées par rapport au monde qui nous entoure et où nous vivons. Ils nous aident finalement à nous orienter dans ce monde.

C'est un phénomène social car il permet de faire la distinction entre moi et l'autre. Les sciences sociales définissent² le stéréotype comme une représentation collective de l'autre qui est fondée sur l'image simplifiée d'individus, d'institutions et de groupes. Ainsi le stéréotype est un ensemble de caractéristiques attribuées à un groupe social. Concernant la dimension sociale du stéréotype, il faudrait mentionner les termes comme « préjugé » et « discrimination » qui sont en lien très étroit avec le stéréotype. Ce lien est dû notamment au fait que le stéréotype se montre souvent comme une généralisation simplificatrice, exagérée et plus ou moins fautive d'un groupe social ou bien d'une nation. Les stéréotypes peuvent donc très facilement provoquer des sentiments négatifs vis-à-vis d'une nation mais aussi le comportement discriminatoire. En tant qu'un phénomène social, le stéréotype se caractérise par trois composantes inhérentes à son fonctionnement, à savoir : « la composante cognitive et classificatoire, la composante affective – préjugé, la composante comportementale – discrimination » (Soraya, 2006, p. 23 et Légal – Delouée, 2008, p. 9). Prenons l'exemple du nom et de l'adjectif *turc*³ qui donnent naissance à un certain nombre de stéréotypes en français :

La composante cognitive et classificatoire : elle permet de voir comment les

² Selon Soraya (2006, p. 24) « c'est dans les sciences sociales que le terme a reçu sa définition la plus commune, à savoir celle d'une image préconçue et figée par laquelle un groupe représente un autre, il désigne aussi les unités préfabriquées à travers lesquelles se révèle le discours de l'autre ».

³ Concernant l'ethnonyme Turcs, nous nous appuyons sur l'article « *Les Turqueries* » de Patrick Chevrel. Dans son article, Chevrel analyse la vision de la Turquie et des Turcs par les Français, où à travers l'évolution historique, il observe trois visions principales de la nation et du pays turcs, à savoir l'admiration de l'exotisme, la peur de la brutalité et finalement une certaine moquerie actuelle.

Français perçoivent ou ont perçu cette ethnie ; par exemple, le stéréotype du Turc comme fort, brutal, impitoyable, mais aussi le stéréotype de l'opulence et de l'exotisme lié à cet ethnonyme.

La composante affective – préjugé : cette composante peut provoquer des sentiments de mépris, de peur et d'hostilité de même que l'admiration et la rêverie⁴ envers ladite nation et culture.

La composante comportementale – discrimination : il s'agit ici de telles actions concrètes ou comportements qui pourraient discriminer les Turcs, par exemple, de la vie sociale ou professionnelle.

Or, nous voudrions insister surtout sur la composante cognitive et classificatoire du stéréotype car c'est précisément celle-ci qui se révèle préoccupante pour les recherches et les études linguistiques. Nous sommes d'avis, et dans notre réflexion nous nous appuyons sur les observations de Charlotte Schapira (1999, p. 1-3), que cette composante du stéréotype peut avoir deux caractères : linguistique et mentale. Elle peut être ancrée durablement dans la langue comme une expression, locution ou un syntagme figé – on parlerait donc d'un stéréotype linguistique. Cependant, elle peut aussi vivre dans la pensée, dans la mentalité collective sans pour autant aboutir à une expression lexicographique – on parlerait dans ce cas du stéréotype mental. Les noms et les adjectifs ethniques entrent en effet dans ce type de constructions, linguistique ou mentale, et il nous semble important de faire cette distinction car elle facilite leur analyse.

Ainsi voit-on que définir et saisir la notion du stéréotype n'est pas évident malgré un certain degré de simplification et schématisation que nous nous sommes permis dans notre propos. Pourtant, il faut souligner que ce qui se montre comme le trait inhérent du stéréotype est le fait que celui-ci n'est pas un phénomène isolable et qu'en l'étudiant, les trois dimensions du stéréotype (langagière, cognitive et sociale) se sollicitent mutuellement.

LA NOTION DU STÉRÉOTYPE LINGUISTIQUE ET DU STÉRÉOTYPE MENTAL

Dans la deuxième partie de la présente étude, nous essayons de voir la nécessité et l'importance de la division de la notion du stéréotype que nous avons déjà mentionnée et qui a été mise en place par Charlotte Schapira dans son ouvrage *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules* (2006) dans lequel l'auteur analyse le stéréotype essentiellement dans sa dimension linguistique,

⁴ Selon Légal et Delouée (2008, p. 13) le sens positif du préjugé est possible malgré le fait que cela est très rare et souvent exceptionnel. Dans ce cas, on parle de « préjugé favorable ».

c'est-à-dire elle y décrit le fonctionnement du stéréotype à travers ses formes linguistiques, telles qu'elles apparaissent dans le discours écrit ou oral.

Schapira décrit les stéréotypes comme automatismes de langage car les locuteurs les prononcent sans même y penser. Elle constate que les automatismes/les stéréotypes représentent une sorte d'inertie, de paresse intellectuelle qui nous laisse à emprunter sans y penser des idées toutes faites : des images types, des images dont nous ne prenons pas la peine de vérifier la validité. Ce sont encore des moules de pensée, des moules stylistiques, des moules lexicaux qui, consciemment ou inconsciemment, construisent notre mentalité mais aussi façonnent notre usage de la langue (Shapira, 2006, p. 1). Par exemple, les expressions comme être *avare comme un Juif* ou être *fort comme un Turc* relèvent-elles vraiment de la réalité ? Peut-on dire avec certitude que tous les Juifs sont avares et que tous les Turcs sont forts ? Bien sûr que non. Mais le fait que ces deux expressions se sont figées dans la langue sous cette forme, qu'elles coexistent avec le reste du lexique et qu'on les utilise quotidiennement montre à quel point elles sont devenues des automatismes et donc des stéréotypes.

Il nous semble que pour comprendre clairement le fonctionnement du stéréotype dans sa complexité mais aussi et surtout le fonctionnement du stéréotype qui relève uniquement de la langue, il est nécessaire de diviser la notion du stéréotype en deux catégories : les stéréotypes de pensée ou mentaux et les stéréotypes de langue ou linguistiques. Concernant les noms de nationalité, quand on pense que les *Polonais boivent beaucoup*, que les *Tsiganes sont des voleurs et menteurs* que les *Suisses sont lents*, que les *Belges sont des mangeurs de frites* et les *Turcs sont mangeurs des kebabs* et que les *Suédoises sont toutes belles, grandes, blondes et aux yeux bleus*⁵, nous avons affaire à des stéréotypes de pensée. Ce sont donc des croyances, des convictions, des représentations et des images mentales, des idées reçues parfois même des superstitions qui appartiennent à une communauté linguistique et socio-culturelle. Or, il faut souligner que parmi ces stéréotypes de pensée, il y en a de tels qui se fixent dans la langue, ils s'expriment alors par des locutions que l'on répète telles quelles – et c'est précisément ceux-là qu'on appelle stéréotypes de langue ou linguistiques. Par contre, il y en a un grand nombre qui restent au niveau de la pensée et n'aboutissent pas à une forme linguistique stable et fixe. Ainsi peut-on dire « *saoul comme un Polonais* » ou « *le Tsigane est un voleur de poule* ». Pourtant, en français, il n'existe pas une locution linguistique stable « *mentir comme un Tsigane* » qui correspondrait au stéréotype de pensée *Le Tsigane est un menteur* ce qui montre que ce stéréotype de pensée n'a pas encore abouti

⁵ Les exemples utilisés sont tirés de notre corpus de recherche ainsi qu'empruntés à Shapira (2006), Louis (2006) ou Légal – Delouée (2008).

à une expression figée⁶. De même serait-il moins évident de dire : « *manger des frites comme un Belge* » ; « *manger du kebab comme un Turc* » ou bien « *être belle, grande, blonde et aux yeux bleus comme une Suédoise* ». Les trois dernières expressions ne sont pas attestées dans la langue sous une forme fixe et stable, elles ne figurent pas dans les dictionnaires et ne font pas l'objet d'une description lexicographique. C'est pourquoi dans le discours des locuteurs elles se manifestent comme des stéréotypes de pensée et peuvent à un moment donné disparaître de l'usage. Ici, on constate une nette différence entre les deux catégories de stéréotypes :

Les stéréotypes linguistiques :

- restent durablement ancrés dans la langue ;
- possèdent une forme linguistique stable et analysable ;
- se prêtent à une description sémantique, lexicale, morphologique et syntaxique ;
- sont eux-mêmes repartis en plusieurs catégories : locutions grammaticales et locutions stéréotypées parmi ces dernières on classe : clichés, locutions syntagmatiques, expressions idiomatiques, proverbes, dictons, formules de politesse, les phrases de routine... mais il faudrait souligner que les classements varient de linguistes en linguistes et les frontières de telle ou telle classe ne sont pas toujours claires et bien définies.

Les stéréotypes de pensée :

- restent stockés dans la pensée collective mais ils sont aptes à disparaître ;
- se manifestent dans la langue sous des formes plus ou moins variées et individuelles, ils peuvent être également implicites, ce qui nécessite leur repérage dans les discours ;
- leur description linguistique (sémantique, lexicale, morphologique et syntaxique) n'est pas évidente du fait que leurs formes dans les discours sont aptes à varier ;
- ne possèdent pas une catégorisation spécifique.

Or, ce qui permet qu'on puisse toutes les deux catégories appeler « stéréotypes » c'est précisément le processus du figement (Shapira, 2006, p. 7-14). Il s'agit donc de la caractéristique inhérente à ces deux types de stéréotypes. Pour les stéréotypes mentaux, on peut parler du figement au niveau de la pensée et pour les stéréotypes linguistiques, il s'agirait du figement au niveau de la langue, de l'expression⁷.

⁶ En slovaque, par exemple, ce stéréotype de pensée (le Tsigane est un menteur) s'est stabilisé sous forme du verbe *cigániť* ce qui veut dire littéralement *mentir*.

⁷ C'est nous qui proposons cette division du figement.

Quant aux noms et adjectifs de nationalité, ils apparaissent dans les deux catégories de stéréotypes. Ce qui rend la description sémantique de ces noms et adjectifs difficile est le fait que certains ethnonymes entrent plus et plus facilement dans les stéréotypes de pensée et beaucoup moins dans les stéréotypes linguistiques. Tels sont les noms de nationalité comme *Arabe* ou *Tsigane* qui se trouvent dans quelques expressions figées mais, par exemple, dans le discours politique (appelé aussi « raciste ») apparaissent d'autres stéréotypes qui sont en effet mentaux. La question qui se pose est la suivante : comment étudier ce type de stéréotypes, comment les intégrer dans la description sémantique du nom et de l'adjectif de nationalité ? Prenons comme exemple le nom et l'adjectif *Arabe* qui entrent dans ces expressions stéréotypées⁸ :

1. *être un Arabe – être un homme avare, dure dans le commerce*
2. *être de l'arabe – être incompréhensible*
3. *le fourbi arabe – le bordel, le bazar, le désordre*
4. *le travail arabe, « ça c'est du travail d'arabe » – le travail mal fait*
5. *le téléphone arabe, « le téléphone arabe a fonctionné » – une transmission rapide des informations*

À partir de ces expressions figées, on peut donc constater que le nom *Arabe* comporte entre autres des traits sémantiques comme « avarice », « négligence », « désorganisation ». Par contre, dans le discours politique raciste, notamment de l'extrême droite, on trouve par rapport à cette nation une représentation très riche en stéréotypes de pensée⁹ : les Arabes sont une population primitive, ils sont profiteurs et paresseux, fardeau pour la société française, une source d'insécurité, ils sont dangereux et inassimilables ainsi que dénués de toute capacité intellectuelle, les Arabes sont pauvres et misérables et ils ont des familles nombreuses.

La plupart du temps, ce sont des stéréotypes qui se présentent dans les discours sous une forme implicite. Ils sont liés à l'argumentation et rhétorique du politicien mais ils se montrent comme plus ou moins figés dans la pensée collective. Même si ces stéréotypes n'existent pas dans la langue sous forme d'une locution ou expression stable, ils construisent une représentation, une image de la nation. Le nom et l'adjectif ethnique *arabe* engendrent chez le

⁸ Les expressions sont tirées du *Trésor de la langue française informatisé* [version électronique] [consulté le 31/09/2012]. Disponible sur : <http://atilf.atilf.fr>.

⁹ Nous nous appuyons sur les recherches de Dziri Soraya menées au sein de son travail sur *L'usage des stéréotypes dans le discours politiques racistes français* (2006) où elle a analysé un certain nombre de discours politiques visant les immigrés, et plus particulièrement les Arabes. Elle a étudié, par exemple, les discours de Jacques Chirac, Nicolas Sarkozy, Jean-Marie Le Pen ou Bruno Megret.

locuteur des connotations ou associations qu'il faudrait prendre en considération dans l'analyse sémantique du nom. Ici, il serait justifié de reprendre l'idée de Hilary Putman citée plus haut, à savoir le stéréotype serait un ensemble de traits associés conventionnellement à un mot de même qu'une représentation simplifiée associée à ce mot car elle nous semblerait appropriée à la description du fonctionnement des ethnonymes en langue. Ainsi peut-on dire que les ethnonymes acquièrent au cours de leur évolution sémantique un ensemble de traits sémantiques dont certains se fossilisent dans la langue comme des locutions stéréotypées et d'autres restent présents dans la langue à travers les stéréotypes mentaux. Or, les deux construisent cet ensemble de traits sémantiques de l'ethnonyme ainsi qu'une représentation simplifiée qui est associée à celui-ci.

CONCLUSION

En guise de conclusion, nous voudrions démontrer un paradoxe que laisse apparaître l'utilisation des stéréotypes linguistiques (locutions ou expressions figées) dans le discours écrit ou oral, celui-ci étant vu également comme un problème de traduction vers une autre langue. Les stéréotypes linguistiques sont des séquences de discours qui se manifestaient d'abord comme des combinaisons individuelles, comme des syntagmes libres et originaux et ce n'est qu'au fur et à mesure qu'ils se sont figés dans la langue. Selon Schapira (2006, p. 22), le paradoxe réside dans l'idée suivante : bien que ces locutions ou expressions se soient banalisées justement à cause du figement, c'est-à-dire qu'elles ont perdu toute leur originalité stylistique, leur emploi même dans le discours témoignent d'une tentative du locuteur de varier son expression, de l'enrichir. Les locutions stéréotypées deviennent donc une source d'expressivité. Ainsi, le locuteur français au lieu de dire :

C'est incompréhensible pourrait-il dire *C'est du chinois*,
Il a des projets chimériques pourrait-il dire *Il bâtit des châteaux d'Espagne*,
Il boit seul et en cachette pourrait-il dire *Il boit en Suisse*,
Il parle mal français, on ne le comprend pas pourrait-il dire *Il parle français comme une vache espagnole*.¹⁰

Quant à la traduction de ces expressions figées, il est évident qu'elle s'avère

¹⁰ Nous sommes conscients que certaines expressions figées sont aujourd'hui considérées comme archaïques et par conséquent n'apparaissent plus dans le discours des locuteurs français. Pourtant, il est évident qu'elles participent à la construction de l'ensemble de traits sémantiques du nom et montrent quelles étaient ou sont les représentations associées à l'ethnonyme en question.

délicate notamment par rapport au fait que le discours véhicule un certain degré de l'expressivité. Il n'est pas possible bien évidemment de procéder par une traduction littérale qui ne donnerait pas de sens. Or, une paraphrase, un vocable qui traduit globalement le sens de la locution pourraient causer la disparition précisément de son expressivité de même que les connotations et associations véhiculées par les ethnonymes.

Bibliographie

- AMOSSY, R. – HERSCHBERG-PIERROT, A. : *Stéréotypes et clichés*. Paris : Armand Colin, 2005.
- CHEVREL, P. : *Les Turqueries*. [version électronique] [consulté le 18/08/2012]. Disponible sur : <http://chevrel.pagesperso-orange.fr/dossiers/bachelier2.htm>.
- DELOUVE, S. – LEGAL, J.-B. : *Stéréotypes, préjugés et discrimination*. Paris : Dunod, 2008.
- KLEIBER, G. : *La sémantique du prototype. Catégories et sens lexical*. Paris : PUF, 1999.
- LIPPMAN, W. : *Public Opinion*. New York : Pelican Books, 1946.
- LOUIS, P. : *Toutes les Suédoises s'appellent Ingrid. Les étrangers et leurs mots dans la langue française*. Paris : Arléa, 2006.
- PUTNAM, H. : *Raison, vérité et histoire*. Paris : Éditions de Minuit, 1985.
- REY, A. – CHANTREAU, S. : *Dictionnaire d'expressions et locutions françaises*. Paris : Le Robert (Les usuels), 2003.
- REY, A. : *Dictionnaire historique de la langue française*. Paris : Le Robert, 2006.
- SCHAPIRA, CH. : *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*. Paris : Ophrys, 1999.
- SORAYA, DZ. : *L'usage des stéréotypes dans le discours politique raciste français. Mémoire de Master, Université EL HADJ LAKDAR Faculté des Lettres et des Sciences Humaines* – Département du Français – École Doctorale Algéro-Française – Antenne de BATNA-Réseau Est, 2007 [version électronique] [consulté le 10/09/2012]. Disponible sur : http://theses.univ-batna.dz/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=2632&Itemid=1.
- Le Trésor de la langue française informatisé* [version électronique] [consulté le 31/09/2012]. Disponible sur : <http://atilf.atilf.fr>.

Zuzana Puchovská
Katedra romanistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
Gondova 2, 814 99 Bratislava
zuzisko@voila.fr