

Stereotypes, clichés et tournures recurrentes: des ressources linguistiques au service de la mercatique?

Danielle DUBROCA GALIN
Université de Salamanque

Resumen:

De nombreuses études ont été menées dans différents domaines sur les stéréotypes, mais plus particulièrement par la linguistique qui s'est souvent penchée sur les tournures récurrentes (stéréotypes, clichés, lieux communs) comme l'atteste un grand choix de publications sur ce sujet. La description du phénomène conduira à en observer le fonctionnement du point de vue linguistique et discursif à partir de documents de divulgation commerciale publiés dans la presse en langue française et concernant des produits ou services des circuits de production économique d'Espagne.

On conclura que cet aspect, tenu parfois pour mineur, voire suspect, sert les intérêts entrepreneuriaux et qu'il contribue utilement à la formation d'étudiants de Traduction et Interprétariat destinés à exercer des professions liées au domaine des affaires.