

## Clîșeul lingvistic: profilul unui concept transdisciplinar

**Armanda Ramona STROIA**  
*Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca*

---

**Abstract:** The acute reliance on clichés reflects on the one hand a general and inevitable but intrinsic feature of language, inscribed in its "genetic code". On the other hand, from the perspective of social psychology, it reflects a broader phenomenon that marks the human mind, in order to simplify the complex set of stimuli from the environment. Apparently, linguistic clichés arise adverse reactions, especially from stylistics', being disqualified and strongly perceived as a deviation from the aesthetic imperatives promoted under the auspices of the Romanticism: the cult of individual creative expression, the obstinate rejection of banality associated with *topoi*. However, this paper aims to outline the main directions by which sociology and other related disciplines reevaluate the status of clichés as vital structures in the coagulation of modern society which is being fractured and atomised.

The complexity of this linguistic phenomenon is visible in the polymorphous nature of the concept, able to enter into relationship of partial synonymy with a number of related terms (*stereotype, poncif, template, verbal automatism, topoi, matrix, pattern, repeated discourse*). In the context of this conceptual nebulosity, it is required to rethink the fuzzy boundaries and relationship between these frequently used concepts within current linguistic studies and perhaps, even refine the theory of cliché from the new perspectives of social psychology, psychology, sociology of mass communication. Consequently, in order to have a coherent overview on the phenomenon, our investigation aims at outlining the interdisciplinary theoretical horizon necessary for the radiography of the linguistic cliché by corroborating the main linguistic approaches, especially from the Francophone space (Ruth Amossy, Herschberg Pierrot, Henri Quéré, Riffaterre) and Anglophone space (Ryan Stark, Gary Olson) with sociology and social psychology's perspectives (Anton Zijderveld, Gabriel Tarde).

**Keywords:** *theory of cliché, stereotype, social psychology, polymorphous concept, fuzzy boundaries.*

### 1. Preliminarii

Interesul științific pentru studiul clîșeului – ca specie a automatismelor lingvistice, înscrisă în acolada conceptuală a *fenomenului stereotipiei* – se reflectă într-o diversitate deconcertantă de domenii preocupate de clarificarea diferitelor aspecte ale acestei realități complexe. Heterogenitatea contribuțiilor relevante, derivate fie din științele sociale (reprezentări mentale, credințe, procese de categorizare), științele limbajului (formele prefabricate, figurile lexicalizate, *topoi* și *prototipul* în lingvistică),

studiile literare sau chiar didactică evidențiază, desigur, complexitatea și rolul dominant al fenomenului pe plan cognitiv, socio-cultural, discursiv sau estetic.

Dependența acută de clișee reflectă, pe de o parte, o *trăsătură generală și inevitabilă* [Amossy, Herschberg, 1997], înscrisă în „codul genetic” al limbii, pe de altă parte, din perspectiva psihologiei sociale, un fenomen amplu ce marchează gândirea umană, setată în vederea simplificării complexului de stimuli din mediu. În sens larg, clișeu, ca „parte a unui decor verbal ce însoțește epidermic ființa umană” [Tudorachi, 2013]<sup>1</sup> este subsumat *fenomenului stereotipurilor* și deseori confundat cu o serie de termeni înrudiți, frecvent vehiculați în sfera studiilor de specialitate (stereotip, poncif, șablon, automatism verbal, *topoi*, matrice, *pattern*, frazeologism, discurs repetat, doxa). În contextul acestei nebulose conceptuale, se impun unele reevaluări și delimitări ale raportului dintre aceste noțiuni și poate chiar o rafinare a teoriei clișeului din perspective noi.

În sens restrâns<sup>2</sup>, clișeu este definit ca o „categorie semantică și pragmatilistică”, caracterizat prin *expresivitate tocită și desemantizare* [Stoichițoiu Ichim, 2009:309]. Aparent, clișeu lingvistic suscită exclusiv reacții defavorabile, în special pe terenul stilisticii, unde și-a câștigat capitalul semantic peiorativ, fiind puternic descalificat și perceput ca o deviere de la imperativele estetice promovate sub auspiciile Romantismului: cultul expresiei individuale, creative, refuzul cu obstinție al banalității asociate cu *topoi*. Recent, se înregistrează, totuși, o tendință de reabilitare, de redimensionare favorabilă a problematicii clișeului, „considerat un element indispensabil al comunicării verbale, element cu funcție *estetică, retorică și argumentativă*” [Chelaru-Murăruș, 2007:14].

În acest context, lucrarea are ca miză schițarea unei viziuni plurivalente asupra acestui fenomen complex, cu ramificații în diverse domenii ale culturii umane.

## 2. Precizări terminologice. Disocieri teoretice și delimitări conceptuale

### 2.1. Originea și istoria semantică a clișeului

O succintă incursiune în istoria semantică și etimologică a termenului este în măsură să elucideze originile și percepțiile dominante, dar mai ales să explice evoluția peiorativă a acestei structuri. Istoria semantică a noțiunii de clișeu consemnează *in nuce* traiectoria mutațiilor semantice: de la conotația inițială, tehnică, în registru neutru (în strânsă conexiune cu tehnologia printării), importată mai târziu (1865) în domeniul artei fotografice (ca o formă de a desemna tehnic *negativul*), la conotația ultimă, peiorativă, prin *extensie analogică* și impunerea sensului figurat. În termenii A. Stoichițoiu Ichim, putem vorbi de o *mutație semantică*<sup>3</sup> prin prevalarea valenței conotative de *uzură a cuvintelor* în fața denotației tehnice. Emergența valenței conotative a clișeului – indisolubil legată de *era Gutenberg*, momentul în care scrisul intră în sfera producției de masă și a reproductibilității

<sup>1</sup> Vezi articolul lui Adrian Tudorachi, 2013, *De la clișeu la avangardă* (I), în „Convorbiri literare”, 25 septembrie, 2013, disponibil aici: <http://convorbiri-literare.ro/?p=1830>.

<sup>2</sup> Clișeu este definit, în viziunea lui Riffaterre ca o unitate lingvistică expresivă deoarece suscită reacții estetice, morale sau afective: “On considère comme cliché un groupe de mots qui suscitent des jugements comme: déjà vu, banal, rebattu, fausse élégance, usé, fossilisé, etc.” [1971:162].

<sup>3</sup> Pentru clarificarea și ilustrarea aspectelor conceptului de *mutație semantică* vezi Stoichițoiu Ichim, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influență, creativitate*, ed. All, pp. 53-79. (capitolul „Noi aspecte ale dinamicii sensului în presa postdecembristă”).

mecanice – marchează, în același timp, o etapă în istoria gândirii. La sfârșitul secolului al XIX-lea, clișeul devine, astfel, în acest context, o „emblemă a epocii reproducerii mecanice” [Berger, 2011:176], un simbol al repetitivului, banalității, desuetudinii.

Originea clișeului este recognoscibilă – în viziunea eseistului francez Remy de Gourmont în studiul de referință *Esthétique de la langue française* [1899] – în literatura de „proastă calitate” a foiletoanelor (*mauvaise littérature*) [Amossy, 2002:374]. Pornind de la exemplele de figuri stilistice oferite de Pierre Fontanier ca modele canonice în *Les Figures du discours*, acesta semnaleză, într-un mod foarte plastic conexiunea între inovație și clișeu, prin asocierea acestora cu „o colecție ridicolă de păsări împăiate”: “Ce qui était original et frais semble une collection ridicule d’oiseaux empaillés; les images nouvelles sont devenues des clichés” [Amossy, Herschberg, 1997:13].<sup>4</sup>

## 2.2. Varietate terminologică

Amploarea fenomenului lingvistic al clișeizării este vizibilă și la nivel terminologic, în polimorfismul noțiunii, aceasta intrând în relație de cvasisinonimie cu o serie de termeni înrudiți, frecvent vehiculați în sfera studiilor de specialitate: șablon, șlagăr lexical (Iordan), expresie la modă (Șuteu, Guțu Romalo), automatism verbal (Dimitrescu), *pattern*, matrice, discurs repetat (Coșeriu, Dumistrăcel), stereotip lingvistic, doxa, loc comun, poncif, prototip, locuțiuni fixe (*locutions figées*) (lingvistica franceză). Acestea sunt doar câteva dintre variantele înregistrate în bibliografia parcursă. În contextul acestei nebuloase conceptuale, se impun unele reevaluări și delimitări ale raportului dintre aceste noțiuni.

Chiar dacă unele dicționare le consemnează ca echivalente (DEX 1998, Le Petit Larousse 1996), iar unii lingviști folosesc alternativ aceste noțiuni, considerăm că o clarificare a conceptelor enunțate anterior ar putea evidenția varietatea perspectivelor teoretice din care poate fi abordată această noțiune dar și alte fațete conceptuale, validând astfel statutul transdisciplinar al acesteia.

O succintă incursiune lexicografică [DEX, 1998<sup>5</sup>; DȘL<sup>6</sup>, 2005; Le Petit Larousse, 1996<sup>7</sup>; Le Robert, 2002] este utilă în demersul de reconstituire a profilului de

<sup>4</sup> „Ceea ce era la început original și proaspăt pare o colecție ridicolă de păsări împăiate. Imaginile noi au devenit clișee” [Amossy, 2011 [1997]:13, traducerea noastră].

<sup>5</sup> DEX 1998 înregistrează, pe lângă conotația fotografică (imagine fotografică negativă, pe peliculă de film sau de sticlă), respectiv cea tipografică (planșă de metal, de lemn pe care s-a reproduș sau s-a gravat o imagine spre a fi imprimată) și valoarea peiorativă a clișeului (din fr. cliché): „formulă stilistică, expresie banalizată din cauza repetării excesive; șablon” [DEX, 1998: 187]. Sunt consemnate și formele substantivale și adjectivale (*clișeizare*, *clișeizat*) puse în relație de sinonimie cu *șablonul*, *șablonizare*.

<sup>6</sup> În *Dicționarul de științe ale limbii*, accentul este pus pe gradul de (in)corectitudine: „Construcție cu formă fixă, adesea incorectă, având o frecvență considerabilă într-un anumit moment din evoluția limbii; clișeele sunt forme de stereotipie lingvistică situate în afara schemelor/șabloanelor admise de limba literară pentru stilurile funcționale. [DȘL, 2005: 109].

<sup>7</sup> Le Petit Larousse illustre reține valențele tehnice din domeniul artelor grafice și, desigur, conotația peiorativă: “idée trop souvent répétée; lieu commun, banalité” [1996: 235].

bază al clișeului. Deși sesizăm o imprecizie terminologică<sup>8</sup> între clișeu și *loc comun*, *șablon*, *poncif* (dați ca echivalente semantice în multe cazuri), ideile recurente în definirea clișeului se coagulează în jurul următoarelor caracteristici: folosire frecventă care produce iritație, uzură, tocirea expresivității, „slăbirea sensului inițial până la golirea semantică” [Dragomirescu, 2011:201].

Desigur, ne propunem urmărirea sistematică a filiației existente între conceptele înrudite și în secțiunile teoretice dedicate analizei clișeului în cadrul diferitelor perspective epistemologice.

Pentru a avea un demers coerent și în aceeași măsură consecvent, considerăm oportună operarea unor disocieri teoretice esențiale [Amossy, 1982; Amossy, R și A. Herschberg, 1997] între clișeu și termenii cu care a dezvoltat afinități conceptuale evidente: *stereotip*, *loc comun*, *discurs repetat*, *șablon*, *automatism verbal* „utilizați în studiile de lexicologie, frazeologie, pragmatilistă, teoria enunțării și a receptării, naratologie, argumentație, etnometodologie, semiotică pentru a desemna utilizarea de către locutor a „ceea ce a fost pus deja”, a ceea ce este „prefabricat”, fixat de uzul anterior sau de repertoriul cultural și pus în circulație cu un grad ridicat de frecvență” [Chelaru-Murăruș, 2007:12]. Polii confuziei terminologice se concentrează însă în triumghiul stereotip-clișeu-loc comun.

R. de Gourmont [1899:288] distinge cu precizie – considerată de R. Amossy ca fiind superioară celei lexicografice (Larousse) – *clișeul de loc comun*: clișeului îi este atribuită *materialitate frazei* ca notă distinctivă, în timp ce noțiunea de *loc comun* este definită, prin excelență, prin *banalitatea ideii* și este asociată în romantism cu ideea de subiect banalizat, larg utilizat.

Locurile comune, în accepțiunea modernă a termenului, de idei banale sunt contigue cu noțiunea flaubertiană a *ideilor primite de-a gata* (*idées reçues*). Noțiunea de loc comun este apanajul retoricii, sistemul de topoii, fiind un rezervor de argumente indispensabile oratorului. Prin urmare, se pledează pentru o impunere a delimitărilor conceptuale între noțiunea de *loc comun* și *clișeele* de factură recentă: “(...) *clibés*, namely, frozen figures provoking an impression of déjà- vu, of repetition, banal effects of style condemned as such. They differ from topoii or received ideas in that they appear in a lexicalized, formally recognizable verbal shape.” [Amossy și Rosen, 1982 *apud* Amossy, 2002:481]

În percepția comună, cuplul terminologic clișeu-stereotipie, derivat din franceza actuală, funcționează, de asemenea, în regim de sinonimie cvasitotală. Confuzia este evidentă și în numeroase lucrări de specialitate, aceste noțiuni fiind folosite alternativ, fără rigoare terminologică.<sup>9</sup> Totuși, pe plan teoretic, R. Amossy și Herchsberg Pierrot, specialiști consacrați în semiologia și stilistica literară a stereotipurilor, clarifică și delimitează conceptual

<sup>8</sup> De exemplu, dicționarul francez [Le Robert, 2002:297] adaugă în ecuația sinonimică a clișeului și termenii *banalitate*, *loc comun*, *poncif* și precizează și punctul de vedere al lui Max Jacob: *Le cliché est un mot de passe commode en conversation pour se passer de sentir* (297).

<sup>9</sup> O asemenea confuzie sau neglijență terminologică poate fi semnalată și la Guțu Romalo în *Corectitudine și greșală. Limba română de azi*, ediția a III-a revăzută și adăugită: „în funcție de context, stereotipul *a fi în măsură*, poate fi înlocuit păstrându-se (și chiar exprimându-se mai clar) sensul prin *a putea*, *a avea dreptul*, *a avea calitatea*, *a fi capabil etc* [Guțu-Romalo, 2008:211].

– într-o lucrare de referință pentru studiul automatismelor verbale *Stéréotypes et cliché: langue, discours, société* [1997] – *stereotipul de clișeu*, subliniind faptul că trăsătura semică a primului este cea dată de *schemă preconstruită*,<sup>10</sup> aparținând mentalului colectiv, în timp ce clișeul este o „categorie semantică și pragmatilistică” definită prin *tocirea expresivității și desemnativizării*.<sup>11</sup>

Stereotipul<sup>12</sup> constituie, asemenea clișeului, un „paradox comunicațional” (Henri Quéré) din moment ce prezintă o ambivalență constitutivă, înscrisă în tendința centrifugă de a abandona sau a elimina banalitatea, dar în același timp, este un element „indispensabil al oricărui proces comunicativ sau cognitiv” [Amossy, 2002:383]. Concret, în virtutea funcțiilor<sup>13</sup> pe care psihologii sociali le-au atribuit stereotipurilor – funcția de *economie cognitivă*, *funcția explicativă* și *funcția socială*– „stereotipurile ne-ar permite (...) să funcționăm eficient din punct de vedere cognitiv, să dăm sens lumii în care trăim, făcând posibilă și viața colectivă” [Mc Garty et al., 2002 *apud* Cernat, 2005:52].

Nu în ultimul rând, clișeul ca formă a discursului preconstruit (dépjà-dit) are puncte de convergență și cu „discursul repetat”, în accepțiunea coșeriană, opus inovației, înțelegă ca „tehnică liberă”: „discursul repetat (...) cuprinde tot ceea ce în vorbirea unei comunități se repetă într-o formă mai mult sau mai puțin identică sub formă de discurs deja făcut sau combinare mai mult sau mai puțin fixă, ca fragment, lung sau scurt a «ceea ce s-a spus deja»” [Coșeriu, 2000:258-259].

În studiul *Introduction to the study of doxa*, R. Amossy formulează o observație interesantă, referitoare la modul în care clișeul și stereotipul (alături de alte noțiuni afiliate fenomenului stereotipiei), în ciuda faptului că sunt termeni de factură modernă, neologici, în virtutea conotației tehnice tipografice sunt, în realitate, „camuflaje” terminologice, sau, altfel spus, avataruri terminologice ale vechiului concept cu rădăcini în retorica aristotelică, *doxa*: “From then on, doxa, in its various designations and terminological guises, was taken as uncritical discourse, repetition devoid of thought” [Amossy, 2002:374].

<sup>10</sup> Stereotipurile reprezintă astăzi un subiect de studiu predilect în percepția socială, fiind definite ca „structuri generice de cunoștințe și convingeri referitoare la un anumit grup și la membrii acestuia” [Bodenhausen, Macrae și Hugenberg, 2003:58].

<sup>11</sup> „*stereotip*, înțeles ca schemă preconstruită, stocată în mentalul colectiv, și *clișeu*, definit mai cu seamă ca *stereotipie stilistică*, ca sintagmă verbală fixată, cu expresivitate «tocită»” [Chelaru-Murăruș, 2007:13].

<sup>12</sup> Etimologic, termenul „stereotip” provine din greacă, *stereo* = rigid și *typos* = trăsătură. Acesta a fost introdus în psihologia socială de către Walter Lipmann (1922), care în lucrarea sa de referință *Public Opinion* individualizează stereotipul ca imagine rigidă și simplistă, construită de mintea noastră, despre diversele grupuri umane. Din moment ce se sedimentează în memoria colectivă, acestea constituie adevărate „hărți mentale”, jalonând viitoarele interacțiuni sociale ale persoanei.

<sup>13</sup> În psihologia social-cognitivă se susține că stereotipizarea este o „formă de procesare euristică a informației sociale”, care este „utilizată în interacțiunile cotidiene cu membrii altor grupuri sociale” [Cernat, 2005:54]. Ca urmare, s-au configurat două abordări majore a stereotipului, fie ca *grilă mentală de simplificare a lumii*, (funcționează ca un filtru al informațiilor) sau, dimpotrivă, *adeptii teoriei identității sociale* și ai teoriei autocategorizării, consideră că avem prea puține informații la dispoziție, fiind nevoiți să le căutăm [ibidem: 58]. Așadar, văzute din acest unghi, mai puțin plauzibil, stereotipurile ar fi un mod de a îmbogăți realitatea prin conținutul informațional.

### 3. Funcțiile clișeului în context transdisciplinar

#### 3.1. Funcția socială a clișeului: factor de coeziune a societății moderne

În sfera științelor sociale, deși evocate sumar, clișeele verbale joacă un rol activ de coeziune socială. „Așa cum observă Gramley și Pätzold (1922), oamenilor le plac clișeele, întrucât, prin folosirea lor, locutorul semnalează că și-a însușit o parte a competenței socioculturale a comunității, că este membru al aceluiași grup, clișeele ajutând astfel la instituirea unui sentiment de «simpatie, solidaritate și bunăvoință»” [Dascălu-Jinca, 2009:458].

Din prisma psihologiei sociale, clișeul figurează ca o metaforă fotografică și tipografică a imitației sociale, din moment ce imitația este definită ca „o acțiune care constă într-o reproducere cvasifotografică a unui clișeu cerebral prin placa sensibilă a unui alt creier”, iar limbajul apare în ipostaza „marelui vehicul al tuturor imitațiilor” [Tarde, 1890:16].

Întreaga concepție a lui Gabriel Tarde despre opinie, opinie publică, mulțime se coagulează în contextul general al teoriei imitației – dezvoltată în *Legile imitației – Les lois de l'imitation* 1890 – axată pe ipoteza că imitația este factorul social primar, fie ca un mijloc de uniformizare sau o formă a instinctului gregar, o tendință de a fi la fel cu ceilalți, fie ca mijoc de organizare a realității.

În spațiul sociologiei olandeze se remarcă, de asemenea, o contribuție substanțială în ceea ce privește studiul clișeului. Mai precis, este vorba despre studiul de referință a lui Anton Zijderveld *On Cliches: The supersedure of Meaning by Function in Modernity* [1979], axat pe ideea desemantizării clișeelelor, care ajung să îndeplinească doar un rol pur funcțional în economia discursului. În sens larg, Zijderveld [1979:10] definește clișeul „ca o formă tradițională a expresiei umane (în cuvinte, gânduri, emoții, gesturi, acte), care, datorită utilizării repetitive în viața socială, și-a pierdut puterea euristică originală, deseori ingenioasă.”<sup>14</sup>

Teoreticianul percepe modernitatea ca rezultat al substituirii semnificației cu funcționalul, ceea ce a dus la apariția societății contemporane clișeizate (“clichégenic society”<sup>15</sup>), caracterizată prin pierderea unicității. În acest context, în percepția lui Zijderveld, clișeele devin embleme/semnalele verbale ale modernității, urbanizării, birocratiei.

Sociologul cultural examinează funcția socială și politică a clișeului în societatea modernă și ajunge la concluzia controversată a clișeelelor ca elemente indispensabile în societatea modernă. Într-o societate suprasaturată de informație și stimuli, caracterizată de instabilitate emoțională și incertitudine morală, în mijlocul unei lumi moderne, ambigue, imprevizibile, care nu mai oferă nici stabilitate și sens, nici semnificație, clișeele ar oferi claritate, puncte de stabilitate și certitudine, prin adeziunea la convențional, la cognoscibil, familiar. Așadar, în ciuda faptului că eșuează în a transmite semnificație, clișeele funcționează

<sup>14</sup> “A traditional form of human expression (in words, thoughts, emotions, gestures, acts) which due to repetitive use in social life – has lost its original, often ingenious heuristic power. Although it thus fails positively to contribute meaning to social interactions and communication, it does function socially, since it manages to stimulate behaviour (cognition, emotion, volition, action), while it avoids reflection on meanings” [Zijderveld, 1979:10, traducerea noastră].

<sup>15</sup> “Clichés resemble institutions in all this very much. In fact, we could view clichés as micro-institutions, while the institutions of modernized society tend to grow into macro-cliches” [Zijderveld, 1979:17].

din punct de vedere social și joacă, prin urmare, un rol vital în coagularea societății fracturate, atomizate [Zijderveld, 1979:53]. Mai mult decât atât, oferă funcția, validată social, a protecției împotriva unei realități incerte, golite de sens.

În viziunea psihologiei sociale clișeele conservă experiența sapiențială: “clichés are containers of old experiences. They contain, in a sense, the experiences and observations of former generations” [Zijderveld, 1979:11]. Teza studiului sociologic al lui Zijderveld validează rolul clișeului ubicuu în modernitate, modernitate definită de supremația funcției asupra semnificației.

Funcția de coeziune socială a clișeului este, probabil, cel mai bine ilustrată la nivel plastic, de Ryan J. Stark în studiul *Clichés and Composition Theory* prin expresia *connective patbos*, care desemnează un tip de patos, energie, distinctă de *plăcerea estetică*, activată prin utilizarea și recunoașterea clișeului: “Rather than define the cliché as an over-used, worn-out, trite expression that should be revised immediately, we might define the cliché as a commonplace figurative expression that secures an immediate connection with other participants in the ordinary discourse of a culture” [Stark, 1999:462].

Kurt Spellmeyer [1993:267] se raportează la problematica clișeului prin introducerea conceptului de *substratum* „pentru a defini locurile discursive ce oferă participanților șansa de a recunoaște punctele comune” [Stark, 1999:454]. Prin urmare, acesta susține că atunci când un scriitor utilizează un clișeu poate activa o relație specială, de solidaritate cu cititorii, care se regăsesc în așa-numitul *substratum cultural*. Ideea de creare a unei conexiuni universale cu alteritatea, de identificare cu ceilalți prin intermediul clișeelor, ca forme comune care generează *substratum discursiv* prezintă, totuși, anumite vulnerabilități, ceea ce o face mai puțin plauzibilă. În acest sens, lucrarea de referință semnată de Gary Olson, intitulată *Generational Cliché* [1987:105-115], nuanțează problematica și identifică, printr-un studiu<sup>16</sup> empiric, un punct nevralgic al acestei demers de teoretizare a clișeului din perspectiva dimensiunii fatice universale: există categorii de persoane care nu recunosc locurile comune.

Cu scopul de a testa ipoteza existenței fenomenului lingvistic reprezentat de clișee specifice generației, așa-numitul “generational cliché”, Olson a conceput un test de tip *cloze* pentru a determina dacă diferite grupe de vârstă<sup>17</sup> răspund în mod diferit clișeelor. Rezultatele au evidențiat empiric existența unei conexiuni clare între vârstă și capacitatea de a recunoaște locurile comune. Astfel, grupul caracterizat prin vârsta medie de 19 ani a avut cel mai mic scor în recunoașterea clișeelor date, dar cel mai mare în identificarea celor curente. În schimb, procentele s-au inversat în cazul grupului constituit din persoane cu

<sup>16</sup> Metodologia studiului a constat în selecția a 45 de expresii de pe listele de „clișee comune” preluate din 30 de manuale consacrate în predarea compoziției/ scrierii (publicate între 1931-1985) și elaborarea unui test de tip *cloze* (completare de spațiu) în care respondenții au fost rugați să furnizeze ultimul cuvânt al fiecărei expresii clișeizate. Sondajul a cerut respondenților să precizeze vârsta și nivelul de educație al acestora și să completeze ultimul cuvânt lipsă în fiecare din cele 45 de clișee.

<sup>17</sup> Răspunsurile au fost clasificate în trei grupe de vârstă: sub 30, de la 30 la 50, respectiv peste 50. Pentru a asigura uniformitatea și validitatea testului a colectat un număr identic de chestionare pentru fiecare grup. Baza de date impresionantă de 4011 respondenți (1337 per grup) din diverse regiuni geografice (14 state) validează concluziile studiului. Rezultatele sondajului au arătat că 120 de studenți din primul an ar putea recunoaște nu mai mult de 50% din clișeele percepute a fi comune de către generația profesorilor.

vârsta de peste 50 de ani, care s-a evidențiat prin cel mai mare procent în depistarea clișeelor dateate, respectiv cel mai mic în efortul de recunoaștere al expresiilor comune generației tinere.<sup>18</sup> Rezultatele studiului au atât implicații teoretice cât și pedagogice, psihologice, relevând, prin incapacitatea unor studenți de a identifica locurile comune familiare generației profesorilor – aspect valid și în sens invers – complexitatea abordării problematicei clișeului.

Acest studiu este semnificativ nu doar pentru evidențierea realității lingvistice a clișeelor specifice generației, ci și pentru că lansează o serie de interogații profunde în dezbateră științifică.

Clișeele, în viziunea lui Olson, „par a transcende semnificația și a opera la nivel meta-semantic sau subsemantic” [1985:114]. Autorul se afiliază parțial perspectivei teoretice a lui Zijderverld, în sensul recunoașterii rolului funcțional, social al clișeului, dar i se pare incongruentă teza clișeelor ca sursă de stabilitate, claritate, certitudine în viața omului modern, cu realitatea evidentă că acestea sunt, prin definiție, expresii ale vagului, ale non-reflecției, ale vidului semantic.

În concluzie, contrar ideii conform căreia clișeele joacă un rol pur funcțional în discurs, fiind vidate de conținut și semnificație<sup>19</sup>, [Zijderverld, 1979; Olson, 1985; Spellmeyer 1993], Ryan J. Stark sesizează și susține dimensiunea fatică, de conexiune, de identificare cu celălalt, cu alteritatea. “Admittedly, as a commonplace expression, the cliché does not create epistemic insights, and it does not give rise to tremendous aesthetic pleasure. What the cliché does accomplish in discourse is sometimes a slight, sometimes powerful connective pathos, or what Kenneth Burke referred to similarly as identification with others. On a very basic level, the use of a cliché generates such connection with others through the reflective enactment of a shared discourse practice. This cultural and ethical dimension of the cliché complicates most, if not all, of the advice about clichés in college writing handbooks and rhetorics” [Stark, 1999:454].

### **3.2. Funcțiile clișeului: perspective din științele limbajului**

#### **3.2.1. Funcția argumentativă/retorică**

Subscriindu-se tendinței de reabilitare (consacrată în științele limbajului de M. Riffaterre și Jean Paulhan), „noua retorică” a lui Chaim Perelman susține *funcția argumentativă* pe care o îndeplinește clișeul, demonstrând că aceste structuri fixe, mărci ale familiarului și consensului calcifiat într-un anumit context socio-istoric prin repetiție, pot iniția punți comunicative între locutori, unindu-i într-un mod de gândire și vorbire comun: “The new rhetorics shows that clichés can prompt contact between the partners to an interaction by uniting them in the same modes of saying and thinking” [Amossy, 2002:481].

Această redimensionare favorabilă a clișeului devine vizibilă în contextul teoretic oferit de retorica antică, în cadrul căreia nu există o devalorizare a formelor discursului

<sup>18</sup> A se vedea studiul integral Gary A. Olson, *The generational cliché: then you saw it; now they don't!*, Journal of Advanced Composition, Volume VI (1985-86) copyright 1987, pp. 105-115.

<sup>19</sup> Adrian Tudorachi definește clișeul foarte plastic „e numai o gaură neagră care absoarbe sens, subiectivitate, singularitate, contemplare, adică tot ceea ce dă valoare relației estetice în accepția ei înaltă” [Tudorachi, *Convorbiri literare*, 25 septembrie 2013].

predefinit (*du déjà-pensé, du déjà-dit*), și mai recent, în teoriile argumentării<sup>20</sup>, ale pragmaticii integrate, unde criteriul valorizării îl constituie eficacitatea verbală, iar preocuparea majoră o reprezintă buna funcționare a discursului în vederea câștigării adeziunii auditoriului: „În ciuda „tocirii” sale expresive și informaționale, caracteristice automatismelor verbale, clișeul contribuie totuși, din punct de vedere pragmatic, la realizarea unei comunicări optime, ilustrând, după părerea lui Henri Quéré [1998:101-112], un „paradox comunicațional” [Chelaru-Murăruș, 2007:12].

O. Ducrot revitalizează noțiunea retorică de *topoi* și o reinterpretează în cadrul teoretic al pragmaticii semantice sau *pragmaticii integrate*. În plus, distinge între *topoi* intrinseci (“intrinsic topoi”), respectiv cei *extrinseci*, împrumutați din rezervorul ideologic al limbii dintr-o anumită perioadă [Amossy, 2002:387]. Ultima categorie se bazează, în special pe clișee, proverbe și slogane. Pornind de la teza lui Anscombe [1995:39] conform căreia sensul nu se poate disocia de amprenta orientării sau forței argumentative: “to mean, for an utterance, is to orient – not to describe or inform, but to orient discourse in a given direction” [Amossy 2002:386],<sup>21</sup> elementele stereotipe sunt constitutive argumentării și sunt folosite în vederea construirii reprezentărilor ideologice și a stabilirii adeziunii cu audiența.

### 3.2.2 Funcții și abordări ale clișeului în studiile literare

Noțiunea de clișeu ocupă, indubitabil, o poziție privilegiată în peisajul heterogen al studiilor literare (Herschberg Pierrot, Amossy, Riffaterre, R. Barthes, J. L. Dufays). Inițial, obiect al stilisticii, ulterior al poeziei, clișeul este abordat, cu predilecție, din prisma dimensiunii sale estetice (la început ca marcă stilistică a exprimării rudimentare, stângace, deficitare), pentru ca, mai târziu, să primeze contribuțiile teoretice care evidențiază funcțiile și rolul său în producerea textului [Eco, 1979; Riffaterre, 1979]. Acest cadru alimentează – pe terenul aflat la confluența teoriilor lecturii și ale receptării cu didactica literaturii – reflecțiile științifice referitoare la importanța clișeului și a stereotipului în procesul lecturii și al comprehensiunii. Desigur, pe lângă cercetarea formelor lingvistice fixe, putem repera o altă direcție de abordare, derivată din sfera sociocriticii și imagologiei, consacrată prin studiile lui Roland Barthes, interesat de modul de exploatare al *doxei*, a reprezentărilor sociale, a stereotipurilor culturale și etnice în cadrul operei literare [Amossy și Herschberg, 1997:55].

<sup>20</sup> Argumentarea se referă la „ansamblul de tehnici discursive ce permite crearea sau sporierea adeziunii interlocutorilor la ideile ce le sunt prezentate. Argumentarea este un discurs dialogic (interlocutorul fiind o prezență permanentă ce modulează selectarea termenilor și a temelor, a genurilor discursive etc.), inferențial (marcat de implicaturi conversaționale, completate de interlocutor prin calcule interpretative) și acțional (vizând reconfigurarea epistemică și ulterior comportamentală a interlocutorului)” [Rovența-Frumușani, 2005:220].

<sup>21</sup> Un exemplu de *orientare argumentativă* validă în cazul oricărui enunț, în optica oswaldiană poate fi ilustrat prin: “John is lazy but very clever” calls for “give him the job”, while “John is very clever but lazy”, though containing exactly the same informational data, argues for the opposite conclusion. [Amossy, 2002:386].

### 3.2.3 Funcția stilistică: „clișeu mimetic și expresiv”

Studiul timp îndelungat din perspectivă normativă, didactică, a disciplinelor care promovau evitarea uniformizării, a șablonizării stilistice,<sup>22</sup> clișeu este perceput în literatură – marcată, ineluctabil, de mirajul originalității și denunțarea obsedantă a banalității și repetiției – ca un *fait de stil sau o figură retorică uzată*: “un fait du style ou une figure rhétorique usée” [Amossy, 1991:33] și semnaleză, așadar, un stil defectuos, desuet, artificial.

Articolul de referință „*Fonction du cliché dans la prose littéraire*”, inclus în *Essais de stylistique structurale* [Riffaterre, 1971], este cel care inaugurează în studiile stilistice abordarea non-normativă asupra clișeului, perceput prin prisma conceptului de *effet littéraire*. Cercetătorul francez este interesat nu de gradul de uzură (de care este conștient), ci de criteriul funcționalității (rolurile pe care le îndeplinește în arhitectura textelor literare) și de studiul efectului clișeului, vizibil în reacțiile lectorului. Îi atribuie, așadar, o funcție privilegiată, ca amprentă a stilului autorului sau modalitate de caracterizare a personajelor și susține că, în ciuda uzurii, nu își pierde eficacitatea verbală: “le cliché peut-il être rebattu, mais non pas inefficace. Il ne faut pas confondre banalité et usure” [Riffaterre, 1971:163].

Redimensionarea favorabilă se manifestă în identificarea celor două funcții principale ale clișeului: marcă a genului, a literarității, respectiv, funcția mimetică [Riffaterre, 1971:171]. Clișeu ca procedeu mimetic, valorificat în proza literară, are rolul de a evoca stiluri și idiolecte distincte de ale autorului, utilizate pentru definirea profilului psihologic al personajelor. În cazul romanelor suprarealiste ale lui Gracq – mai precis, în *Au château d'Argol*, unde descrierea unui râu se întinde pe o pagină și abundă în clișee cu rol de a recrea un topos romantic prin excelență [Riffaterre, 1971:174] – clișeele romantice creează atmosfera propice lecturii simbolice și pregătesc astfel experiența hermeneutică a cititorului, determinându-l să descifreze, să atribuie un sens simbolic peisajului.

### 3.2.4 Funcția ironică: utilizarea parodică, satirică a clișeului

Interesul literaturii pentru valorificarea potențialului clișeelor se manifestă uneori în reluarea acestora în cheie parodică, în mod intenționat, ceea ce îi conferă o „funcție ironică sau umoristică” [Riffaterre, 1971:179] și deci, un statut similar parodiei, satirei, caricaturii. În acest sens, clișeu poate fi o strategie lingvistică extrem de prolifică în caracterizarea personajelor. Astfel, în teatrul lui Caragiale, personajul Pristanda, cantonat în ticuri verbale care frizează ilogicalul și prostia, repetă, în orice situație, clișeu *curat*, până ajunge să profereze celebra sintagmă, expresie a ridicolului și contradicției „*curat-murdar*”, „*curat mișel*”.

Aceste funcții ale clișeului sunt vizibile nu doar în sfera literară, ci și în discursul cotidian sau publicitar unde vorbitorii, „conștienți de caracterul lor de

<sup>22</sup> Punctul de vedere didactic și normativ poate fi ilustrat, de exemplu, prin *L'Art d'écrire: enseigné en vingt leçons* (1899) de Antoine Albalat, axată pe ideea că inițierea în tainele scrisului este sinonimă cu dezvoltarea abilității de a evita clișeele. În acest sens, Amossy nuanțează modul în care perifrazele sau locuțiunile verbale sunt corectate în mod imperturbabil de către stilisticieni: “au lieu de *répandre des larmes* dire *pleurer*; au lieu de *prendre l'habitude*, dire *s'accoutumer*; au lieu du *faire violence*, dire *violenter*” [Amossy, 1979 [2011]:56].

formule universale cunoscute și frecvent folosite pot utiliza clișeele cu intenții ludice, ca bază a unor jocuri de cuvinte sau pentru a parafraza glumeț sloganuri faimoase etc. (vezi numeroase exemple la Dumistrăcel 2006), caz în care clișeele au, paradoxal [Blonde 2004:15], rolul de a evidenția distanța critică pe care o iau vorbitorii față de ele” [Dascălu-Jinga, 2009:458].

### 3.2.5 Funcțiile clișeului în teoriile lecturii și receptării

Studiul stilistic fundamental al lui Riffaterre (1971) are meritul de a sugera o lectură poetică a clișeului (1979), centrată pe dimensiunea intertextualității, care mută accentul de pe problema efectului stilistic în zona producției sensului [Amossy, 2002:382]. Clișeul este subsumat sistemului de locuri comune și stereotipuri, care contribuie la producția textului poetic, fiind considerat alături de stereotip „elemente doxice care joacă un rol crucial în procesul lecturii” [ibidem: 385, traducerea noastră]: “Reading always consists in looking for familiar structures. Thus stereotypes are what the reader is bent on; they are what allows him to establish with the text the kind of complicity each reading is in search of; through them, it is possible to locate what has no place as yet and to banalize novelty” [Dufays, 1994: 169 *apud* Amossy].

Pe de altă parte, Umberto Eco, interesat de problema *cooperării textuale* și, în același timp, asumându-și o poziție în critica receptării, susține necesitatea competenței enciclopedice din partea cititorului [Eco, 2007:384].

Din teoriile receptării, reținem noțiunea lui Ingarden de operă ca *schelet* sau *schemă* ce trebuie completată prin interpretarea lectorului [Eco, 2007:27], altfel spus, în termenii lui Eco, a unui *intento lectoris* [Eco, 2007:30]. În acest context, cititorul își poate îndeplini rolul în cooperarea textuală în măsura în care deține bagajul de cunoștințe comune sau culturale, (“common knowledge modelling the text or the cultural knowledge underlying intertextual scripts”) [Amossy, 2002:385] care îi permite activarea și interpretarea scenariilor preexistente, comune și intertextuale.

Jean-Louis Dufays a consacrat funcțiile stereotipurilor în procesul lecturii prin studiul *Stéréotype et lecture* (1994), în care demonstrează – valorificând cele mai recente teorii ale lecturii didactice – că a învăța să citești înseamnă mai întâi a gestiona stereotipiile, altfel spus, a sesiza constelațiile fixe, schemele împărtășite de o comunitate dată: “apprendre à lire c’est d’abord a apprendre à maîtriser des stéréotypes”, altfel spus “repérer des constellations figées, des schèmes partagés par une communauté donnée” [Amossy, 2002:76, traducerea noastră]. Este important de menționat faptul că, datorită unei investigații sistematice centrate pe funcțiile constructive ale stereotipurilor, Dufays are meritul de a fi elaborat o metodologie didactică inovatoare în predarea textelor prin utilizarea automatismelor verbale [Amossy, 2002:385].

În acest context teoretic transdisciplinar se constată așadar două direcții vectoriale de abordare a rolului clișeului. Astfel, percepțiile divergente asupra funcțiilor acestor structuri lingvistice fixe polarizează dezbateră între denunțarea virulentă a acestui tip de „reproducere devalorizantă” [Dumistrăcel, 2006; Gruică, 2006] și abordare pozitivă, fie din prisma utilizării conștiente, deseori în cheie parodică a „limbii cu fixativ”, a „limbajului la indigo” [Paraschivescu, 2009] [Amossy și Rosen 1982; Bagnall 1985; Zafiu 2011], fie ca

marcă a unei tendințe de reevaluare favorabilă, înregistrată în psihologia socială, pragmatică, didactica limbilor străine.

## BIBLIOGRAFIE

- Amossy, Ruth, 1991. *Les idées reçues: sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth, 2002. *Introduction to the study of doxa*, "Poetics Today", nr. 3, vol. 23, p. 369-394.
- Amossy, Ruth, Anne Herschberg Pierrot, 1997. *Stéréotypes et Clichés: Langue, discours, société*, Paris, Armand Colin.
- Amossy, Ruth, Elisheva Rosen, 1982. *Les Discours du cliché*, Paris, Sedes.
- Anscombe, Jean-Claude (ed.), 1995. *Théorie des topoï*, Paris, Kime.
- Bagnall, Nicholas, 1985. *A defence of clichés*, London, Constable & Company Limited.
- Berger, Lynn, 2011. *Snapshots, or: Visual Culture's Clichés*, "Photographies", Vol. 4, Nr. 2, p. 175-190.
- Bodenhausen, Macrae și Hugenberg, (2003). *Social cognition* în I. Weiner (ed.), *Handbook of Psychology*, vol 5, Hoboken, NJ, Wiley, p. 257-282.
- Bidu-Vrânceanu, Angela, Cristina Călărășu, Liliana Ionescu-Ruxândoiu, Mihaela Mancaș, Gabriela Pană Dindelegan, 2005. *Dicționar de științe ale limbii (DSL)*, București, Editura Nemira.
- Concise Encyclopaedia of Applied Linguistics*, Margie Berns (ed.), USA, Purdue University West Lafayette.
- Cernat, Vasile, 2005. *Psihologia stereotipurilor*, Iași, Polirom.
- Chelaru-Murăruș, Oana, 2007. *Stereotipie și expresivitate: de la limba vorbită la textul poetic*, București, Editura Universității din București.
- Condrea, Irina, 2010. *Sintagma stereotipă/ Clișeul în traducere* în „Buletin de lingvistică”, nr. 11, p. 47-50.
- Coteanu, Ion, 1973. *Stilistica funcțională a limbii române*, vol. I, *Stil, stilistică, limbaj*, București, Editura Academiei Republicii Socialiste România.
- Coșeriu, Eugen, 1992. *Solidaritățile lexicale*, în „Revista de Lingvistică și Știință Literară”.
- Coșeriu, Eugeniu, 2000. *Leții de lingvistică generală*, Chișinău, Editura Arc.
- Crețu, Cristina, 2010. *Noua limbă de lemn a discursului politic*, „Philologica Jassyensia”, An VI, Nr. 1 (11), p. 27–35.
- Crystal, David, 2008. *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, sixth edition, Oxford, Victoria, Blackwell Publishing.
- Dascălu-Jinga, Laurenția, 2009. *Structuri clișeizate în româna actuală*, în Gabriela Pană Dindelegan (coord.), *Dinamica limbii române actuale – Aspecte gramaticale și discursive*, București, Editura Academiei Române, p. 431-459.
- DEX 1998. *Dicționarul explicativ al limbii române*, București, Editura Univers Enciclopedic.
- Dragomirescu, Adina, Nicolae Al., 2011. *Clișee lingvistice* în „101 greșeli de lexic și de semantică. Viața cuvintelor”, București, Humanitas.
- Dumistrăcel, Stelian, 2006. *Suntem toți victimele inerțiilor lingvistice*, în „Jurnalul național”, 29 martie, p. 8-9.
- Dumistrăcel, Stelian, 2006. *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentația instituirii comunității fatică prin mass-media*, Iași, Editura Universității „Al.I. Cuza”.
- Dufays, Jean-Louis, 1994. *Stéréotype et lecture*, Liège, Mardaga.
- Eco, Umberto, 1979. *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*, Bloomington, Indiana University Press).
- Eco, Umberto, 2007. *Limitele interpretării*, ed. a II-a revăzută, traducere de Ștefania Mincu și Daniela Crăciun, Iași, Polirom.

- Felecan, Daiana, 2009. *Structuri clișeizate în redactarea horoscopului*, în Rad, Ilie (coord.), *Limba de lemn în presă*, București, Editura Tritonic, p. 263-279.
- Flaubert, Gustave, 1997. *Le Dictionnaire des Idées Reçues, et Le Catalogue des idées chic*, Anne Herschberg Pierrot (ed.), Paris, Le Livre de Poche.
- Gourmont, Remy de, [190 ?]. *Esthétique de la langue française: la déformation, la métaphore, le vers libre, le vers populaire, le cliché* (1899), Paris, Mercure de France.
- Gruică, G., 2006. *Moda lingvistică 2007. Norma, uzul și abuzul*, Pitești, Paralela 45.
- Guțu Romalo, Valeria, 2008. *Corectitudine și greșeală. Limba română de azi*, ediția a III-a revăzută și adăugită, București (ediția I: 1972; ediția a II-a: 2000), Humanitas, p. 206-208.
- Le Petit Larousse illustré*, 1996. Paris, Larousse.
- Le Robert Dictionnaire pratique de la langue française*, 2002. Paris, Edition du Club France Loisir.
- Maingueneau, Dominique, 2007. *Analiza textelor de comunicare*, Traducere de Mariana Șovea, Iași, Institutul European.
- Marshall McLuhan, Wilfred Watson, 1973. *Du cliché à l'archétype, La foire du sens*, accompagné du Dictionnaire des idées reçues de Gustave Flaubert, Paris, Hurtubise, p. 59-66.
- Mackay, R.R., 2014. *The clichéd juxtapositions and pleasing patterns of political advertising*, în "Language & Communication" 37, p.100–119.
- Necula, Gina, 2008. *Subminarea clișeului ideologic prin parodiarea lui. Strategii comunicaționale subversive în vremuri de cenzură*, în "Philologica Jassyensia", an IV, nr. 1, p. 65-74.
- Norberg, Jakob, 2010. *The Political Theory of the Cliché: Hannah Arendt Reading Adolf Eichmann*, în „Cultural Critique”, 76, p.74-97.
- Olson, A.G., 1985. *The Generational Cliché: Then You Saw It; Now They Don't* în "Journal of Advanced Composition", Vol. 6 (1985/1986), p. 105-115.
- Paraschivescu, Radu, 2009. *Dintre sute de clișee: așchii dintr-o limbă tare*, București, Humanitas.
- Riffaterre, Michael, 1971. *Essais de stylistique structurale*, Paris, Flammarion.
- Riffaterre, Michael, 1979. *La Production du texte*, Paris, Seuil.
- Roventă-Frumușani, Daniela, 2012. *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București, Tritonic.
- Slama - Cazacu, Tatiana, 2000. *Stratagemă comunicațională și manipularea*, Iași, Editura Polirom.
- Semeniuc, Sorin-Cristian, 2011. *Clișeul în politica și în presa românească posttotalitară*, în „Sfera Politicii”, nr.155, ianuarie 2011.
- Spellmeyer, Kurt, 1993. *Common Ground: Dialogue, Understanding and the Teaching of Composition*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Stark, Ryan J, 1999, *Clichés and Composition Theory*, Vol. 19, No. 3 "Journal of Advanced Composition", p. 453-464.
- Stoichțoiu Ichim, Adriana, 2006a. *Creativitate lexicală în româna actuală*, București, Editura Universității din București.
- Stoichțoiu Ichim, Adriana, 2009. *Spectacolul politic\_un clișeu al noii limbi de lemn?* în Ilie Rad (coord.), „Limba de lemn în presă”, București, Tritonic, p. 306-327.
- Suhor, Charles, 1975. *Clichés: A Re-assessment*, în "College Composition and Communication", p. 159-162.
- Șuteu, Flora, 1959. *Expresii la modă*, în „Limba română”, 3, p.55-58.
- Tarde, Gabriel, 1921. *Le lois de l'imitation. Étude sociologique*, Paris, Librairie Felix Alcan.
- Thom, Françoise, 2005. *Limba de lemn*, Traducere de Mona Antohi, București, Editura Humanitas.
- Zafiu, Rodica, 2001. *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității.
- Zafiu, Rodica, 2007. *Limba și politica*, București, Editura Universității din București.
- Zijderveld, Anton C., 1979. *On clichés: The supersedure of meaning by function in modernity*, London, Boston and Henly, Routledge & Kegan Paul.