MERIDIAN CRITIC Nr.1 (Volume 26) 2016

Clişeul 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 intrinsec 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 *topoï*. 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 linguitic 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, Herscberg 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 ştiinţific pentru studiul clişeului – 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 realităţi complexe. Heterogenitatea contribuţiilor relevante, derivate fie din ştiinţele sociale (reprezentări mentale, credinţe, procese de categorizare), ştiinţele limbajului (formele prefabricate, figurile lexicalizate, *topoï* şi *prototipul* în lingvistică),

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

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

Dependenţa acută de clişee reflectă, pe de o parte, o *trăsătură generală şi 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, clişeul, ca „parte a unui decor verbal ce însoţeşte epidermic fiinţa umană" [Tudorachi, 2013][1] este subsumat *fenomenului stereotipiilor* şi deseori confundat cu o serie de termeni înrudiţi, frecvent vehiculaţi în sfera studiilor de specialitate (stereotip, poncif, şablon, automatism verbal, *topoi*, matrice, *pattern,* frazeologism, discurs repetat, doxa). În contextul acestei nebuloase conceptuale, se impun unele reevaluări şi delimitări ale raportului dintre aceste noţiuni şi poate chiar o rafinare a teoriei clişeului din perspective noi.

În sens restrâns[2], clişeul este definit ca o „categorie semantică şi pragmastilistică", caracterizat prin *expresivitate tocită* şi *desemantizare* [Stoichiţoiu Ichim, 2009:309]. Aparent, clişeul lingvistic suscită exclusiv reacţii defavorabile, în special pe terenul stilisticii, unde şi-a câştigat capitalul semantic peiorativ, fiind puternic descalificat şi perceput ca o deviere de la imperativele estetice promovate sub auspiciile Romantismului: cultul expresiei individuale, creative, refuzul cu obstinaţie al banalităţii asociate cu *topoi*. Recent, se înregistrează, totuşi, o tendinţă de reabilitare, de redimensionare favorabilă a problematicii clişeului, „considerat un element indispensabil al comunicării verbale, element cu funcţie *estetică, retorică şi argumentativă*" [Chelaru-Murăruş, 2007:14].

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

2. Precizări terminologice. Disocieri teoretice şi delimitări conceptuale

2.1. Originea şi istoria semantică a clişeului

O succintă incursiune în istoria semantică şi etimologică a termenului este în măsură să elucideze originile şi percepţiile dominante, dar mai ales să explice evoluţia peiorativă a acestei structuri. Istoria semantică a noţiunii de clişeu consemnează *in nuce* traiectoria mutaţiilor semantice: de la conotaţia iniţială, 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 conotaţia ultimă, peiorativă, prin *extensie analogică* şi impunerea sensului figurat. În termenii A. Stoichiţoiu Ichim, putem vorbi de o *mutaţie semantică*[3] prin prevalarea valenţei conotative de *uzură a cuvintelor* în faţa denotaţiei tehnice. Emergenţa valenţei conotative a clişeului – indisolubil legată de *era Gutenberg,* momentul în care scrisul intră în sfera producţiei de masă şi a reproductibilităţii

[1] Vezi articolul lui Adrian Tudorachi, 2013, *De la clişeu la avangardă* (I), în „Convorbiri literare", 25 septembrie, 2013, disponibil aici: http://convorbiri-literare.ro/?p=1830.

[2] Clişeul este definit, în viziunea lui Riffaterre ca o unitate lingvistică expresivă deaoarece suscită reacţii 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].

[3] Pentru clarificarea şi ilustrarea aspectelor conceptului de *mutaţie semantică* vezi Stoichiţoiu Ichim, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influenţă, creativitate*, ed. All, pp. 53-79. (capitolul „Noi aspecte ale dinamicii sensului în presa postdecembristă").

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

mecanice – marchează, în acelaşi timp, o etapă în istoria gândirii. La sfârşitul secolului al XIX-lea, clişeul devine, astfel, în acest context, o „emblemă a epocii reproducerii mecanice" [Berger, 2011:176], un simbol al repetitivului, banalităţii, desuetitudinii.

Originea clişeului este recognoscibilă – în viziunea eseistului francez Remy de Gourmont în studiul de referinţă *Esthétique de la langue française* [1899] – în literatura de „proastă calitate" a foiletoanelor (mauvaisse littérature) [Amossy, 2002:374]. Pornind de la exemplele de figuri stilistice oferite de Pierre Fontanier ca modele canonice în *Les Figures du discours*, acesta semnalează, într-un mod foarte plastic conexiunea între inovaţie şi clişeu, prin asocierea acestora cu „o colecţie ridicolă de păsări împăiate": "Ce qui était original et frais semble une collection ridicule d'oiseaux empailles; les images nouvelles sont devenues des clichés" [Amossy, Herschberg, 1997:13].[4]

2.2. *Varietate terminologică*

Amploarea fenomenului lingvistic al clişeizării este vizibilă şi la nivel terminologic, în polimorfismul noţiunii, aceasta intrând în relaţie de cvasisinonimie cu o serie de termeni înrudiţi, frecvent vehiculaţi în sfera studiilor de specialitate: şablon, şlagăr lexical (Iordan), expresie la modă (Şuteu, Guţu Romalo), automatism verbal (Dimitrescu), *pattern*, matrice, discurs repetat (Coşeriu, Dumistrăcel), stereotip lingvistic, doxa, loc comun, poncif, prototip, locuţiuni fixe (*locutions figées)* (lingvistica franceză). Acestea sunt doar câteva dintre variantele înregistrate în bibliografia parcursă. În contextul acestei nebuloase conceptuale, se impun unele reevaluări şi delimitări ale raportului dintre aceste noţiuni.

Chiar dacă unele dicţionare le consemnează ca echivalente (DEX 1998, Le Petit Larousse 1996), iar unii lingvişti folosesc alternativ aceste noţiuni, considerăm că o clarificare a conceptelor enunţate anterior ar putea evidenţia varietatea perspectivelor teoretice din care poate fi abordată această noţiune dar şi alte faţete conceptuale, validând astfel statutul transdiciplinar al acesteia.

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

[4] „Ceea ce era la început original şi proaspăt pare o colecţie ridicolă de păsări împăiate. Imaginile noi au devenit clişee" [Amossy, 2011 [1997]:13, traducerea noastră].

[5] DEX 1998 înregistrează, pe lângă conotaţia fotografică (imagine fotografică negativă, pe peliculă de film sau de sticlă), respectiv cea tipografică (planşă de metal, de lemn pe care s-a reprodus sau s-a gravat o imagine spre a fi imprimată) şi valoarea peiorativă a clişeului (din fr. cliché): „formulă stilistică, expresie banalizată din cauza repetării excesive; şablon" [DEX, 1998: 187]. Sunt consemnate şi formele substantivale şi adjectivale(*clişeizare, clişeizat*) puse în relaţie de sinonimie cu *şablonul, şablonizare.*

[6] În *Dicţionarul de ştiinţe ale limbii,* accentul este pus pe gradul de (in)corectitudine: „Construcţie cu formă fixă, adesea incorectă, având o frecvenţă considerabilă într-un anumit moment din evoluţia limbii; clişeele sunt forme de stereotipie lingvistică situate în afara schemelor/şabloanelor admise de limba literară pentru stilurile funcţionale. [DŞL, 2005: 109].

[7] Le Petit Larousse illustré reţine valenţele tehnice din domeniul artelor grafice şi, desigur, conotaţia peiorativă: "idée trop souvent répétée; lieu commun, banalité" [1996: 235].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

bază al clişeului. Deşi sesizăm o imprecizie terminologică[8] între clişeu şi *loc comun*, *şablon, poncif* (daţi ca echivalente semantice în multe cazuri), ideile recurente în definirea clişeului se coagulează în jurul următoarelor caracteristici: folosire frecventă care produce iritaţie, uzură, tocirea expresivităţii, „slăbirea sensului iniţial până la golirea semantică" [Dragomirescu, 2011:201].

Desigur, ne propunem urmărirea sistematică a filiaţiei existente între conceptele înrudite şi în secţiunile teoretice dedicate analizei clişeului în cadrul diferitelor perspective epistemologice.

Pentru a avea un demers coerent şi în aceeaşi măsură consecvent, considerăm oportună operarea unor disocieri teoretice esenţiale [Amossy, 1982; Amossy, R şi A. Herschberg, 1997] între clişeu şi termenii cu care a dezvoltat afinităţi conceptuale evidente: *stereotip, loc comun, discurs repetat, şablon, automatism verbal* „utilizaţi în studiile de lexicologie, frazeologie, pragmastilistăc, teoria enunţării şi a receptării, naratologie, argumentaţie, 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 şi pus în circulaţie cu un grad ridicat de frecvenţă" [Chelaru-Murăruş, 2007:12]. Polii confuziei terminologice se concentrează însă în triunghiul stereotip-clişeu-loc comun.

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

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

În percepţia comună, cuplul terminologic clişeu-stereotipie, derivat din franceza actuală, funcţionează, de asemenea, în regim de sinonimie cvasitotală. Confuzia este evidentă şi în numeroase lucrări de specialitate, aceste noţiuni fiind folosite alternativ, fără rigoare terminologică.[9] Totuşi, pe plan teoretic, R. Amossy şi Herchsberg Pierrot, specialişti consacraţi în semiologia şi stilistica literară a stereotipurilor, clarifică şi delimitează conceptual

---

[8] De exemplu, dicţionarul francez [Le Robert, 2002:297] adaugă în ecuaţia sinonimică a clişeului şi termenii *banalitate, loc comun, poncif* şi precizează şi punctul de vedere al lui Max Jacob: *Le cliché est un mot de passe commode en conversation pour se passer de sentir* (297).

[9] O asemenea confuzie sau neglijenţă terminologică poate fi semnalată şi la Guţu Romalo în *Corectitudine şi greşeală. Limba română de azi*, ediţia a III-a revăzută şi adăugită: „în funcţie de context, stereotipul *a fi în măsură*, poate fi înlocuit păstrându-se (şi chiar exprimându-se mai clar) sensul prin *a putea, a avea dreptul, a avea calitatea, a fi capabil etc* [Guţu-Romalo, 2008:211].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

– într-o lucrare de referinţă 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,*[10] aparţinând mentalului colectiv, în timp ce clișeul este o „categorie semantică şi pragmastilistică" definită prin *tocirea expresivităţii* şi *desemnantizare.*[11]

Stereotipul[12] constituie, asemenea clişeului, un „paradox comunicaţional" (Henri Quéré) din moment ce prezintă o ambivalenţă constitutivă, înscrisă în tendinţa centrifugă de a abandona sau a elimina banalitatea, dar în acelaşi timp, este un element „indispensabil al oricărui proces comunicativ sau cognitiv" [Amossy, 2002:383]. Concret, în virtutea funcţiilor[13] pe care psihologii sociali le-au atribuit stereotipurilor – funcţia de *economie cognitivă*, *funcţia explicativă* şi *funcţia socială*– „stereotipurile ne-ar permite (...) să funcţionăm eficient din punct de vedere cognitiv, să dăm sens lumii în care trăim, făcând posibilă şi viaţa colectivă" [Mc Garty et al., 2002 *apud* Cernat, 2005:52].

Nu în ultimul rând, clişeul ca formă a discursului preconstruit (déjà-dit) are puncte de convergenţă şi cu „discursul repetat", în accepţiunea coşeriană, opus inovaţiei, înţeleasă ca „tehnică liberă": „discursul repetat (...) cuprinde tot ceea ce în vorbirea unei comunităţi se repetă într-o formă mai mult sau mai puţin identică sub formă de discurs deja făcut sau combinare mai mult sau mai puţin fixă, ca fragment, lung sau scurt a «ceea ce s-a spus deja»" [Coşeriu, 2000:258-259].

În studiul *Introduction to the study of doxa*, R. Amossy formulează o observaţie interesantă, referitoare la modul în care clişeul şi stereotipul (alături de alte noţiuni afiliate fenomenului stereotipiei), în ciuda faptului că sunt termeni de factură modernă, neologici, în virtutea conotaţiei 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].

---

[10] Stereotipurile reprezintă astăzi un subiect de studiu predilect în percepţia socială, fiind definite ca „structuri generice de cunoştinţe şi convingeri referitoare la un anumit grup şi la membrii acestuia" [Bodenhausen, Macrae şi Hugenberg, 2003:58].

[11] „*stereotip*, înţeles ca schemă preconstruită, stocată în mentalul colectiv, şi *clișeu*, definit mai cu seamă ca *stereotipie stilistică,* ca sintagmă verbală fixată, cu expresivitate «tocită»" [Chelaru-Murăruş, 2007:13].

[12] Etimologic, termenul „stereotip" provine din greacă, stereo = rigid şi *tupos* = trăsătură. Acesta a fost introdus în psihologia socială de către Walter Lipmann (1922), care în lucrarea sa de referinţă *Public Opinion* individualizează stereotipul ca imagine rigidă şi simplistă, construită de mintea noastră, despre diversele grupuri umane. Din moment ce se sedimentează în memoria colectivă, acestea constituie adevărate „hărţi mentale", jalonând viitoarele interacţiuni sociale ale persoanei.

[13] În psihologia social-cognitivă se susţine că stereotipizarea este o „formă de procesare euristică a informaţiei sociale", care este „utilizată în interacţiunile 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*, (funcţionează ca un filtru al informaţiilor) sau, dimpotrivă, adepţii teoriei identităţii sociale şi ai teoriei autocategorizării, consideră că avem prea puţine informaţii la dispoziţie, fiind nevoiţi să le căutăm [ibidem: 58]. Aşadar, văzute din acest unghi, mai puţin plauzibil, stereotipurile ar fi un mod de a îmbogăţi realitatea prin conţinutul informaţional.

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

3. Funcţiile clişeului în context transdiciplinar

3.1. Funcţia socială a clişeului: factor de coeziune a societăţii moderne

În sfera ştiinţelor sociale, deşi evocate sumar, clişeele verbale joacă un rol activ de coeziune socială. „Aşa cum observă Gramley şi Pätzold (1922), oamenilor le plac clişeele, întrucât, prin folosirea lor, locutorul semnalează că şi-a însuşit o parte a competenţei socioculturale a comunităţii, că este membru al aceluiaşi grup, clişeele ajutând astfel la instituirea unui sentiment de «simpatie, solidaritate şi bunăvoinţă»" [Dascălu-Jinca, 2009:458].

Din prisma psihologiei sociale, clişeul figurează ca o metaforă fotografică şi tipografică a imitaţiei sociale, din moment ce imitaţia este definită ca „o acţiune care constă într-o reproducere cvasifotografică a unui clişeu cerebral prin placa sensibilă a unui alt creier", iar limbajul apare în ipostaza „marelui vehicul al tuturor imitaţiilor" [Tarde, 1890:16].

Întreaga concepţie a lui Gabriel Tarde despre opinie, opinie publică, mulţime se coagulează în contextul general al teoriei imitaţiei – dezvoltată în *Legile imitaţiei – Les lois de l'imitation* 1890 – axată pe ipoteza că imitaţia este factorul social primar, fie ca un mijloc de uniformizare sau o formă a instinctului gregar, o tendinţă de a fi la fel cu ceilalţi, fie ca mijoc de organizare a realităţii.

În spaţiul sociologiei olandeze se remarcă, de asemenea, o contribuţie substanţială în ceea ce priveşte studiul clişeului. Mai precis, este vorba despre studiul de referinţă a lui Anton Zijderveld *On Cliches: The supersedure of Meaning by Function in Modernity* [1979], axat pe ideea desemantizării clieşeelor, care ajung să îndeplinească doar un rol pur funcţional în economia discursului. In sens larg, Zijderveld [1979:10] defineşte clişeul „ca o formă tradiţională a expresiei umane (în cuvinte, gânduri, emoţii, gesturi, acte), care, datorită utilizării repetitive în viaţa socială, şi-a pierdut puterea euristică originală, deseori ingenioasă."[14]

Teoreticianul percepe modernitatea ca rezultat al substituirii semnificaţiei cu funcţionalul, ceea ce a dus la apariţia societăţii contemporane clişeizate ("clichégenic society"[15]), caracterizată prin pierderea unicităţii. În acest context, în percepţia lui Zijderverld, clişeele devin embleme/semnalele verbale ale modernităţii, urbanizării, birocraţiei.

Sociologul cultural examinează funcţia socială şi politică a clişeului în societatea modernă şi ajunge la concluzia controversată a clişeeler ca elemente indispensabile în societatea modernă. Într-o societate suprasaturată de informaţie şi stimuli, caracterizată de instabilitate emoţională şi incertitudine morală, în mijlocul unei lumi moderne, ambigue, imprevizibile, care nu mai oferă nici stabilitate şi sens, nici semnificaţie, clişeele ar oferi claritate, puncte de stabilitate şi certitudine, prin adeziunea la convenţional, la cognoscibil, familiar. Aşadar, în ciuda faptului că eşuează în a transmite semnificaţie, clişeele funcţionează

[14] "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. Altough it thus fails positiveley 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].

[15] "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].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

din punct de vedere social şi joacă, prin urmare, un rol vital în coagularea societăţii fracturate, atomizate [Zijderveld, 1979:53]. Mai mult decât atât, oferă funcţia, validată social, a protecţiei împotriva unei realităţi incerte, golite de sens.

În viziunea psihologiei sociale clişeele conservă experienţa sapienţială: "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 clişeului ubicuu în modernitate, modernitate definită de supremaţia funcţiei asupra semnificaţiei.

Funcţia de coeziune socială a clişeului este, probabil, cel mai bine ilustrată la nivel plastic, de Ryan J. Stark în studiul *Clichés and Composition Theory* prin expresia *connective pathos,* care desemnează un tip de patos, energie, distinctă de *plăcerea estetică,* activată prin utilizarea şi recunoaşterea clişeului: "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 clişeului prin introducerea conceptului de *substratum* „pentru a defini locurile discursive ce oferă participanţilor şansa de a recunoaşte punctele comune" [Stark, 1999:454]. Prin urmare, acesta susţine că atunci când un scriitor utilizează un clişeu poate activa o relaţie specială, de solidaritate cu cititorii, care se regăsesc în aşa-numitul *substratum cultural.* Ideea de creare a unei conexiuni universale cu alteritatea, de identificare cu ceilalţi prin intermediul clişeelor, ca forme comune care generează *substratum discursiv* prezintă, totuşi, anumite vulnerabilităţi, ceea ce o face mai puţin plauzibilă. În acest sens, lucrarea de referinţă semnată de Gary Olson, intitulată *Generational Cliché* [1987:105-115], nuanţează problematica şi identifică, printr-un studiu[16] empiric, un punct nevralgic al acestei demers de teoretizare a clişeului din perspectiva dimensiunii fatice universale: există categorii de persoane care nu recunosc locurile comune.

Cu scopul de a testa ipoteza existenţei fenomenului lingvistic reprezentat de clişee specifice generaţiei, aşa-numitul "generational cliché", Olson a conceput un test de tip *cloze* pentru a determina dacă diferite grupe de vârstă[17] răspund în mod diferit clişeelor. Rezultatele au evidenţiat empiric existenţa unei conexiuni clare între vârstă şi capacitatea de a recunoaşte locurile comune. Astfel, grupul caracterizat prin vârsta medie de 19 ani a avut cel mai mic scor în recunoaşterea clişeelor datate, dar cel mai mare în identificarea celor curente. În schimb, procentele s-au inversat în cazul grupului constituit din persoane cu

[16] Metodologia studiului a constat în selecţia a 45 de expresii de pe listele de „clişee comune" preluate din 30 de manuale consacrate în predarea compoziţiei/ scrierii (publicate între 1931-985) şi elaborarea unui test de tip *cloze* (completare de spaţiu) în care respondenţii au fost rugaţi să furnizeze ultimul cuvânt al fiecărei expresii clişeizate. Sondajul a cerut respondentilor să precizeze vârsta şi nivelul de educaţie al acestora şi să completeze ultimul cuvânt lipsă în fiecare din cele 45 de clişee.

[17] Răspunsurile au fost clasificate în trei grupe de vârstă: sub 30, de la 30 la 50, respectiv peste 50. Pentru a asigura uniformitatea şi validitatea testului a colectat un număr identic de chestionare pentru fiecare grup. Baza de date impresionantă de 4011 respondenţi (1337 per grup) din diverse regiuni geografice (14 state) validează concluziile studiului. Rezultatele sondajului au arătat că 120 de studenţi din primul an ar putea recunoaşte nu mai mult de 50% din clişeele percepute a fi comune de către generaţia profesorilor.

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

vârsta de peste 50 de ani, care s-a evidenţiat prin cel mai mare procent în depistarea clişeelor datate, respectiv cel mai mic în efortul de recunoaştere al expresiilor comune generaţiei tinere.[18] Rezultatele studiului au atât implicaţii teoretice cât şi pedagogice, psihologice, relevând, prin incapacitatea unor studenţi de a identifica locurile comune familiare generaţiei profesorilor – aspect valid şi în sens invers – complexitatea abordării problematicii clişeului.

Acest studiu este semnificativ nu doar pentru evidenţierea realităţii lingvistice a clişeelor specifice generaţiei, ci şi pentru că lansează o serie de interogaţii profunde în dezbaterea ştiinţifică.

Clişeele, în viziunea lui Olson, „par a transcende semnificaţia şi a opera la nivel meta-semantic sau subsemantic" [1985:114]. Autorul se afiliază parţial perspectivei teoretice a lui Zijderverld, în sensul recunoaşterii rolului funcţional, social al clişeului, dar i se pare incongruentă teza clişeelor ca sursă de stabilitate, claritate, certitudine în viaţa omului modern, cu realitatea evidentă că acestea sunt, prin definiţie, expresii ale vagului, ale non-reflecţiei, ale vidului semantic.

În concluzie, contrar ideii conform căreia clişeele joacă un rol pur funcţional în discurs, fiind vidate de conţinut şi semnificaţie[19], [Zijderveld, 1979; Olson, 1985; Spellmeyer 1993], Ryan J. Stark sesizează şi susţine 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. Funcţiile clişeului: perspective din ştiinţele limbajului

3.2.1. Funcţia argumentativă/ retorică

Subscriindu-se tendinţei de reabilitare (consacrată în ştiinţele limbajului de M. Riffaterre şi Jean Paulhan), „noua retorică" a lui Chaïm Perelman susţine *funcţia argumentativă* pe care o îndeplineşte clişeul, demonstrând că aceste structuri fixe, mărci ale familiarului şi consensului calcifat într-un anumit context socio-istoric prin repetiţie, pot iniţia punţi comunicative între locutori, unindu-i într-un mod de gândire şi 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 clişeului devine vizibilă în contextul teoretic oferit de retorica antică, în cadrul căreia nu există o devalorizare a formelor discursului

[18] 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.

[19] Adrian Tudorachi defineşte clişeul foarte plastic „e numai o gaură neagră care absoarbe sens, subiectivitate, singularitate, contemplare, adică tot ceea ce dă valoare relaţiei estetice în accepţia ei înaltă" [Tudorachi, *Convorbiri literare*, 25 septembrie 2013].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

predefinit (*du déjà-pensé, du déjà-dit*), şi mai recent, în teoriile argumentării[20], ale pragmaticii integrate, unde criteriul valorizării îl constituie eficacitatea verbală, iar preocuparea majoră o reprezintă buna funcţionare a discursului în vederea câştigării adeziunii auditoriului: „În ciuda „tocirii" sale expresive şi informaţionale, caracteristice automatismelor verbale, clişeul contribuie totuşi, din punct de vedere pragmatic, la realizarea unei comunicări optime, ilustrând, după părerea lui Henri Quéré [1998:101-112], un „paradox comunicaţional" [Chelaru-Murăruş, 2007:12].

O. Ducrot revitalizează noţiunea retorică de *topoi* şi o reinterpretează în cadrul teoretic al pragmaticii semantice sau *pragmaticii integrate*. În plus, distinge între *topoi* intrinseci ("intrinsic topoi"), respectiv cei *extrinseci,* împrumutaţi din rezervorul ideologic al limbii dintr-o anumită perioadă [Amossy, 2002:387]. Ultima categorie se bazează, în special pe clişee, proverbe şi sloganе. Pornind de la teza lui Anscombre [1995:39] conform căreia sensul nu se poate disocia de amprenta orientării sau forţei 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],[21] elementele stereotipe sunt constitutive argumentării şi sunt folosite în vederea construirii reprezentărilor ideologice şi a stabilirii adeziunii cu audienţa.

3.2.2 Funcţii şi abordări ale clişeului în studiile literare

Noţiunea de clişeu ocupă, indubitabil, o poziţie privilegiată în peisajul heterogen al studiilor literare (Herschberg Pierrot, Amossy, Riffaterre, R. Barthes, J. L. Dufays). Iniţial, obiect al stilisticii, ulterior al poeticii, clişeul este abordat, cu predilecţie, din prisma dimensiunii sale estetice (la început ca marcă stilistică a exprimării rudimentare, stângace, deficitare), pentru ca, mai târziu, să primeze contribuţiile teoretice care evidenţiază funcţiile şi rolul său în producerea textului [Eco, 1979; Riffaterre, 1979]. Acest cadru alimentează – pe terenul aflat la confluenţa teoriilor lecturii şi ale receptării cu didactica literaturii – reflecţiile ştiinţifice referitoare la importanţa clişeului şi a stereotipului în procesul lecturii şi al comprehensiunii. Desigur, pe lângă cercetarea formelor lingvistice fixe, putem repera o altă direcţie de abordare, derivată din sfera sociocriticii şi imagologiei, consacrată prin studiile lui Roland Barthes, interesat de modul de exploatare al *doxei*, a reprezentărilor sociale, a stereotipurilor culturale şi etnice în cadrul operei literare [Amossy şi Herschberg, 1997:55].

---

[20] Argumentarea se referă la „ansamblul de tehnici discursive ce permite crearea sau sporirea adeziunii interlocutorilor la ideile ce le sunt prezentate. Argumentarea este un discurs dialogic (interlocutorul fiind o prezenţă permanentă ce modulează selectarea termenilor şi a temelor, a genurilor discursive etc.), inferenţial (marcat de implicaturi comversaţionale, completate de interlocutor prin calcule interpretative) şi acţional (vizând reconfigurarea epistemică şi ulterior comportamentală a interlocutorului)" [Rovenţa-Frumuşani, 2005:220].

[21] Un exemplu de *orientare argumentativă* validă în cazul oricărui enunţ, 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].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

3.2.3 *Funcţia stilistică: „clişeul mimetic şi expresiv"*

Studiat timp îndelungat din perspectivă normativă, didactică, a disciplinelor care promovau evitarea uniformizării, a şablonizării stilistice,[22] clişeul este perceput în literatură – marcată, ineluctabil, de mirajul originalităţii şi denunţarea obsedantă a banalităţii şi repetiţiei – ca un *fapt de stil sau o figură retorică uzată*: "un fait du style ou une figure rhétorique usée" [Amossy, 1991:33] şi semnalează, aşadar, un stil defectuos, desuet, artificial.

Articolul de referinţă „*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 clişeului, perceput prin prisma conceptului de *efect literar*. Cercetătorul francez este interesat nu de gradul de uzură (de care este conştient), ci de criteriul funcţionalităţii (rolurile pe care le îndeplineşte în arhitectura textelor literare) şi de studiul efectului clişeului, vizibil în reacţiile lectorului. Îi atribuie, aşadar, o funcţie privilegiată, ca amprentă a stilului autorului sau modalitate de caracterizare a personajelor şi susţine că, în ciuda uzurii, nu îşi 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 funcţii principale ale clişeului: marcă a genului, a literarităţii, respectiv, funcţia mimetică [Riffaterre, 1971:171]. Clişeul ca procedeu mimetic, valorificat în proza literară, are rolul de a evoca stiluri şi 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 şi abundă în clişee cu rol de a recrea un topos romantic prin excelenţă [Riffaterre, 1971:174] – clişeeele romantice creează atmosfera propice lecturii simbolice şi pregătesc astfel experienţa hermeneutică a cititorului, determinâdu-l să descifreze, să atribuie un sens simbolic peisajului.

3.2.4 Funcţia ironică: utilizarea parodică, satirică a clişeului

Interesul literaturii pentru valorificarea potenţialului clişeelor se manifestă uneori în reluarea acestora în cheie parodică, în mod intenţionat, ceea ce îi conferă o „funcţie ironică sau umoristică" [Riffaterre, 1971:179] şi deci, un statut similar parodiei, satirei, caricaturii. În acest sens, clişeul poate fi o strategie lingvistică extrem de prolifică în caracterizarea personajelor. Astfel, în teatrul lui Caragiale, personajul Pristanda, cantonat în ticuri verbale care frizează ilogicul şi prostia, repetă, în orice situaţie, clişeul *curat*, până ajunge să profereze celebra sintagmă, expresie a ridicolului şi contradicţiei „*curat-murdar", „curat mişel"*.

Aceste funcţii ale clişeului sunt vizibile nu doar în sfera literară, ci şi în discursul cotidian sau publicitar unde vorbitorii, „conştienţi de caracterul lor de

[22] Punctul de vedere didactic şi normativ poate fi ilustrat, de exemplu, prin *L'Art d'écrire: einsegné en vingt leçons* (1899) de Antoine Albalat, axată pe ideea că iniţierea în tainele scrisului este sinonimă cu dezvoltarea abilităţii de a evita clişeele. În acest sens, Amossy nuanţează modul în care perifrazele sau locuţiunile 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].

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

formule universal 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 sterotipuri, 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 *intenție 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 didacticii – că a învăța să citești înseamnă mai întâi a gestiona stereotipiile, altfel spus, a sesiza constelațiile fixe, schemele împărtășite de o comunitate dată: "apprendre á lire c'est d'abord a apprendre á maîtriser des stéréotypies", 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 dezbaterea între denunțarea virulentă a acestui tip de „reproducere devalorizantă" [Dumistrăcel, 2006; Gruiță, 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

BDD-A26582 © 2016 Editura Universității din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

marcă a unei tendinţe 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.

Anscombre, 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 şi Hugenberg, (2003). *Social cogntion* în I. Weiner (ed.), *Handbook of Psychology*, vol 5, Hoboken, NJ, Wiley, p. 257-282.

Bidu-Vrânceanu, Angela, Cristina Călăraşu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaş, Gabriela Pană Dindelegan, 2005. *Dicţionar de ştiinţe ale limbii* (DŞL), Bucureşti, Editura Nemira.

Concise Encyclopaedia of Applied Linguistics, Margie Berns (ed.), USA, Purdue University West Lafayette.

Cernat, Vasile, 2005. *Psihologia stereotipurilor*, Iaşi, Polirom.

Chelaru-Murăruş, Oana, 2007. *Stereotipie şi expresivitate: de la limba vorbită la textul poetic,* Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Condrea, Irina, 2010. *Sintagma stereotipă/Clişeul în traducere* în *„Buletin de lingvistică"*, nr. 11, p. 47-50.

Coteanu, Ion, 1973. *Stilistica funcţională a limbii române*, vol. I, *Stil, stilistică, limbaj*, Bucureşti, Editura Academiei Republicii Socialiste România.

Coşeriu, Eugen, 1992. *Solidarităţile lexicale,* în „*Revistă de Lingvistică şi Ştiinţă Literară"*.

Coşeriu, Eugeniu, 2000. *Lecţii de lingvistică generală*, Chişinău, Editura Arc.

Creţu, 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, Laurenţia, 2009. *Structuri clişeizate în româna actuală*, în Gabriela Pană Dindelegan (coord.), *Dinamica limbii române actuale – Aspecte gramaticale şi discursive,* Bucureşti, Editura Academiei Române, p. 431-459.

DEX 1998. *Dicţionarul explicativ al limbii române*, Bucureşti, Editura Univers Enciclopedic.

Dragomirescu, Adina, Nicolae Al., 2011. *Clişee lingvistice* în „*101 greşeli de lexic şi de semantică. Viaţa cuvintelor"*, Bucureşti, Humanitas.

Dumistrăcel, Stelian, 2006. *Suntem toţi victimele inerţiilor lingvistice*, în „Jurnalul naţional", 29 martie, p. 8-9.

Dumistrăcel, Stelian, 2006. *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentaţia instituirii comuniunii fatice prin mass-media*, Iaşi, Editura Universităţii „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 Ştefania Mincu şi Daniela Crăciun, Iaşi, Polirom.

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)

Felecan, Daiana, 2009. *Structuri clișeizate în redactarea horoscopului*, în Rad, Ilie (coord.), *Limba de lemn în presă*, Bucureşti, 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.
Gruiță, G., 2006. *Moda lingvistică 2007.Norma, uzul și abuzul,* Pitești, Paralela 45.
Guţu Romalo, Valeria, 2008. *Corectitudine și greșeală. Limba română de azi,* ediția a III-a revăzută şi adăugită, Bucureşti (ediția I: 1972; ediția a II-a: 2000), Humanitas, p. 206-208.
Le Petit Larousse ilustré, 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 Şovea, Iaşi, 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 parodierea 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 Cliche: 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: aşchii dintr-o limbă tare*, Bucureşti, Humanitas.
Riffaterre, Michael, 1971. *Essais de stylistique structurale*, Paris, Flammarion.
Riffaterre, Michael, 1979. *La Production du texte,* Paris, Seuil.
Rovenţa-Frumuşani, Daniela, 2012. *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Bucureşti, Tritonic.
Slama - Cazacu, Tatiana, 2000. *Strategeme comunicaționale 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.
Stoichţoiu Ichim, Adriana, 2006a. *Creativitate lexicală în româna actuală,* Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.
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, Bucureşti, Editura Humanitas.
Zafiu, Rodica, 2001. *Diversitate stilistică în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii.
Zafiu, Rodica, 2007. *Limbaj și politică*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.
Zijderveld, Anton C., 1979. *On_clichés: The supersedure of meaning by function in modernity,* London, Boston and Henly, Routledge & Kegan Paul.

BDD-A26582 © 2016 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:00:52 UTC)