

THE PROFILE OF THE LINGUISTIC CLICHÉ IN THE ONLINE POLITICAL MEDIA

Armanda Stroia

PhD Student, Technical University of Cluj-Napoca – Baia Mare Northern University Center

Abstract: In today's society dominated by ubiquitous technology and information easily accessible at the distance of a few clicks, online media holds a privileged place to the detriment of printed media. Online media discourse has recorded an upward trajectory due to the explosion of information typical to the so-called Digital Age, on the one hand, and the imperative need to constantly update their content, on the other hand. Thus, electronic editions of the newspapers have evolved from a simple digital version and began to shape their own identity and content.

The present study focuses on the analysis of linguistic cliché in the political online newspapers. The acute reliance on clichés reflects on the one hand a general and inevitable but intrinsic feature of language, inscribed in its „genetic code”. More than being a consistent inventory of clichés, the study attempts to examine the causes that generate these linguistic automatisms.

From a methodological point of view, we opted for a holistic approach to current theories of mass communication paradigms and social psychology. Our investigation also 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, Riffaterre) and Anglophone space (Ryan Stark, Gary Olson) with sociology and social psychology's perspectives (Anton Zijderveld, Gabriel Tarde).

Keywords: cliché, online media, political newspapers, Digital Age.

1. Preliminarii: presa online în peisajul mediatic

În contextul actual al societății marcate de emergența spectaculoasă a noilor tehnologii și de informația ușor accesibilă, la distanță de câteva *click*-uri, presa *online* câștigă un loc privilegiat în peisajul mediatic autohton în detrimentul celei în format tipărit. Impactul

discursului mediatic *online* a înregistrat o traiectorie ascendentă datorită exploziei informaționale specifice erei digitale și a societății tehnologizate, dar, în același timp, și a nevoii imperative de actualizare. Edițiile electronice ale publicațiilor au evoluat dintr-o simplă versiune (cvasi)fidelă în format digital și au început să își contureze propria identitate, dobândind un caracter hibrid între formatul tipărit (componenta scrisă, cu imagini statice) și elemente specifice audiovizualului (imagini dinamice, secvențe video, clipuri publicitare scurte).

Contribuțiile teoretice care evidențiază impactul internetului, al „autostrăzii informaționale” asupra mass-mediei clasice, tradiționale (Dahlgren 1996, Hardt 1996; Sparks 1996; Burnett and Marshall 2003; Oblak 2005) identifică o serie de variabile care pledează pentru apetența consumului, de informație în mediul virtual: caracterul multimedia, flexibilitatea informației digitale (posibila actualizare permanentă, avantajul arhivării, căutării, accesării altor *link-uri*), dimensiunea interactivă care „se manifestă în special prin comentariile postate de cititori, deveniți astfel un fel de coautori *sui generis* ai ziarului” (Vintilă-Rădulescu 2009: 330).

2. Obiectivele studiului și premise teoretice

Ubicuitatea clișeului în peisajul mediatic *online* poate fi motivată, atât prin prisma argumentelor oferite de lingvistica cognitivă, cât și prin aceeași „nevoie de clișee a limbajului jurnalistic, aflat permanent în căutare de formule prestabilite, care să confere o anumită pregnanță îmbinărilor celor mai banale” (Zafiu 2001: 63), particularitate recognoscibilă și în presa tradițională. Prezentul studiu, fără a avea pretenția unei analize exhaustive, are ca miză examinarea inventarului de clișee din presa politică *online* prin prisma mecanismului de formare, respectiv a cauzelor care generează aceste automatisme lingvistice. Pentru a evita capcana unei grile reduționiste, analiza clișeului nu se poate limita, însă, doar la decelarea strategiilor și a mecanismelor de formare. Acest demers se impune a fi coroborat cu demontarea motivelor / rațiunilor de utilizare.

O dificultate deloc de neglijat rămâne stabilirea gradului de frecvență a unor construcții uzate, care să legitimeze includerea lor în inventarul de clișee. În ceea ce privește metodologia de constituire a corpusului adnotat, considerăm că nu este suficientă abordarea intuitivă, bazată pe un anumit tip de sensibilitate lingvistică și pe reacția de *déjà-vu*, fiind esențial să operăm cu un set clar de reguli pentru identificarea / reperarea automatismelor verbale. În acest sens, am aplicat analiza semică definițiilor extrase în urma incursiunii lexicografice și în bibliografia de

specialitate pentru a obține semele definiției: grad înalt de frecvență care produce uzură, tocirea expresivității până la desemantizare.

3. Profilul conceptual al clișeului. Repere teoretice

Dependența acută de clișee a discursului mediatic actual – uneori în strânsă legătură cu moda lingvistică¹ – reflectă, pe de o parte, o trăsătură generală și inevitabilă (Amossy 2012: 260), înscrisă în „codul genetic” al limbii, iar pe de altă parte, din perspectiva psihologiei sociale, un fenomen amplu ce marchează gândirea umană, setată în vederea „simplificării complexului de stimuli din mediu prin categorizare și algoritmizare” (Lehtonen 1994: 173, *apud* Baider 2013: 1167). O posibilă justificare derivă și din natura controversată a clișeului, de „paradox comunicațional” (Quére 1998: 101), dacă avem în vedere faptul că se contrabalansează uzura expresivă și informațională cu aportul esențial al acestuia la simplificarea și realizarea unei comunicări optime.

Studiul timp îndelungat prin lentila normativă, didactică, a disciplinelor care promovau evitarea uniformizării, a șablonizării stilistice, clișeul lingvistic a suscitat inițial reacții preponderent defavorabile, în special pe terenul stilisticii, unde și-a câștigat capitalul semantic peiorativ. Puternic afectat de „stigmatul banalității” (Amossy, Rosen 1982: 128), clișeul lingvistic a fost descalificat și perceput ca o deviere de la imperativele estetice promovate sub auspiciile Romantismului: cultul expresiei individuale, creative, refuzul cu obstinație al banalității, repetiției asociate cu *topoi*.

Cu toate acestea, în ultimele decenii, odată cu reevaluarea favorabilă a statutului clișeelor de către sociologie (Zijderveld 1979) și alte discipline conexe din științele sociale, aceste forme ale discursului prefabricat au devenit un subiect de cercetare controversat. Prin urmare, automatismele verbale au polarizat dezbaterea științifică între combaterea vehementă – înrădăcinată, atât în aversiunea romantică asupra locului comun, cât și în conștientizarea modernă a banalității – și abordarea pozitivă, în virtutea unui demers de reabilitare, legitimat prin (re)descoperirea și valorificarea filonului retoricii antice, unde nu exista o devalorizare a

¹Guțu Romalo (2005: 293) explică atributele definiției ale acestui fenomen „printr-o creștere evidentă și rapidă a frecvenței, determinată, nu de o necesitate socială obiectivă, ci de preferințe subiective și realizată printr-o preluare mimetică și o utilizare necritică, dăunătoare comunicării prin efectele de sărăcie și încifrare”.

formelor discursului predefinit (*du déjà-pensé, du déjà-dit*), poziție la care s-au afiliat pragmatica contemporană, teoriile argumentării², dar și științele sociale.

4. Originea și cauzele generării clișeeleor: axa inovație - clișeu

O analiză sistematică a automatismelor lingvistice nu poate eluda problematizarea relației dintre clișeu și antipodul acestuia, reprezentat de dimensiunea inovației, a creativității lexicale, una dintre *universalile limbajului*. Dacă introducem în ecuație și această variabilă, putem verifica – prin intermediul corpusului excerptat din mass-media *online* – intuiția existenței unui „ciclu” de viață al clișeului: orice figură uzată își are originea într-o inovație, care, mai ales în discursul mediatic, preluată mimetic, în virtutea unei „mode lingvistice” se lexicalizează gradual, transformându-se în cele din urmă într-un automatism. Cu toate acestea, în general, parcursul clișeeleor jurnalistice nu se încheie în acest stadiu, deoarece, în multe cazuri, acestea pot surprinde din nou, ca urmare a „reciclării” stilistice și semantice pe resorturile procedeeleor retorice. În acest sens, Stelian Dumistrăcel (2006: 8) a demonstrat – printr-o analiză complexă și originală, pe un corpus bogat – modul în care clișeuul jurnalistic își poate recâștiga expresivitatea pierdută prin „de-structurare și restructurare din perspectiva unui «contract de comunicare», pe fond de empatie, seducție și incitare, după regulile «figurilor de construcție» formulate de Quintilian”³.

În concluzie, în „presa românească actuală, polaritatea *inovație – clișeu* reflectă, cel puțin în plan semantic, o dinamică permanentă – sesizată în multiple studii (Stoichițoiu Ichim 2006, Dumistrăcel 2006, Milică 2008) – a cărei traiectorie poate fi surprinsă într-un parcurs ciclic al automatismelor lingvistice: „inovațiile se banalizează, devenind clișee (de exemplu, catacrezele), în timp ce clișeele supuse unei „prelucrări” gazetărești pot dobândi noi valențe expresive” (Stoichițoiu Ichim 2006: 359). Așadar, orice clișeu poate fi „reciclat” din punct de vedere semantic.

²În teoriile argumentării, ale pragmaticii integrate criteriul valorizării îl constituie eficiența verbală, iar preocuparea majoră o reprezintă buna funcționare a discursului în vederea câștigării adeziunii auditoriului.

³Cele patru figuri de construcție formulate de Quintilian în *Institutio Oratoria* sub numele de „quadripartita ratio”: *adiectio* (adăugare), *detractio* (suprimare), *immutatio* (substituire) și *transmutatio* (permutare)” (Dumistrăcel 2006b: 8) sunt pentru prima dată valorificate de autor în domeniul frazeologiei.

5. Funcțiile clișeului în presa politică

Bibliografia de profil a identificat funcțiile multiple pe care clișeul le îndeplinește în comunicarea mediatică și politică. Astfel, din punctul de vedere al lingvisticii funcționale, semanticii și retoricii politice, dar și al psihologiei sociale, clișeele sunt plurivalente, fiind utilizate fie pentru a argumenta, persuadea, influența sau manipula, dar și pentru a crea empatie, prin inițierea unor punți comunicative între locutori, pentru că îi unește într-un mod de gândire și vorbire comun: „Desigur, ca o expresie banală, clișeul nu creează noi perspective epistemice, și nu conduce la o plăcere estetică extraordinară. Ceea ce clișeul realizează în discurs este o conexiune, uneori timidă, alteori puternică, sau ceea ce Kenneth Burke denumește în mod similar ca fiind *identificare cu alții*” (Stark 1999: 454).

„În logica informației facile și rapide, formulate retoric și publicitar” (Roventă-Frumușani 2012: 133), dar și în virtutea unor avantaje evidente precum „tendința spre brevilocvență, ca modalitate de manifestare a comodității și minimului efort” (Felecan 2009: 267), caracterul repetitiv care le face ușor „digerabile”, prin urmare ușor imprimabile în subconștient, clișeele constituie, în mod cert, apanajul discursului mediatic pe teme politice.

6. Particularități ale clișeului în discursul mediatic *online*

6.1. Discursul mediatic – precizări terminologice

Din prisma literaturii de specialitate, discursul mediatic oferă o *imago mundi* schematizată, deturnată uneori de la real din cauza sistemului de mediere specific, un „micro-univers sociocultural acceptabil pentru că angajează și confirmă un *Weltanschauung* comun” și funcționează „ca o narațiune socială coerentă care induce problematice și ierarhii tematice” (Roventă-Frumușani 2012: 134). Complexitatea și hegemonia acestui tip de discurs, care joacă un rol crucial în societatea postmodernă, se justifică prin dimensiunile convergenței mediilor (televiziune și presă scrisă), a fenomenului intertextualității. Prin urmare, se impune o abordare holistică tridimensională: la *nivel textual*, al *practicilor discursive*, respectiv la nivelul *practicilor socioculturale* (Roventă-Frumușani 2012:135).

În lumea mediatică, discursul informativ deține un loc privilegiat, motivat prin dubla sa valență: de „captor al audienței” și „marcător de identitate” (Guy Lochard, Henry Boyer 1998: 33). Subscriem, în analiza noastră, perspectivei *constructiviste* asupra conceptului de discurs, paradigmă teoretică prin filtrul căreia discursul mediatic are și o dimensiune *performativă*, în

sensul în care configurează, *(re)creează* o realitate: „prin modul în care media construiește narativ și vizual evenimentul, orientează *sau nu* publicul spre o luare de poziție față de ceea ce se comunică” (Beciu 2012: 55).

Vom structura corpusul pe două axe de investigație, atât la nivel micro (al elementelor componente), cât și la nivel macrotextual, pentru a schița un „tablou” al specificului clișeului, așa cum se configurează în mass-media politică *online*.

6.2. La nivel macrotextual: câmpuri lexico-semantice/ metaforice structurate în jurul unor catacreze

Dintre câmpurile lexico-semantice dominante în peisajul politic – pe orbitele cărora gravitează o serie de metafore clișeizate – se evidențiază cel *al spectacolului* („circ politic”, „mascarada candidaturilor”, „primar marionetă”), *al comerțului* (tranzacțiilor) („troc politic”, „clientelă politică”), *al numelor de animale* („maidanez politic”, „dinozaurul bolșevic”, cameleoni politici), *al jocurilor de noroc* („Jocker al politicii locale”), *al sporturilor* („startul olimpiadei naționale de ipocrizie politică și demagogie”) (Stoichițoiu Ichim 2006: 369).

Radiografia noastră în presa politică *online* pune în evidență însă și alte câmpuri lexico-semantice dominante și bine conturate, precum cel al războiului, al fenomenelor atmosferice, respectiv cel din sfera vieții religioase.

6.2.1. Câmpul conceptual al războiului

Imaginarul războiului, dominant în jurnalismul sportiv contaminează și discursul politic, atât tradițional cât și *online*, configurat cu predilecție prin intermediul clișeelor lexicale și a câmpurilor metaforice corespunzătoare. Recurența lexemului cu statut de „vedetă” printre clișeele politice (*războiul*) și în cadrul câmpului lexical ce se revendică de sub această tutelă structurează un procent însemnat din titluri. Procesul de clișeizare al termenului s-a produs prin impunerea sensului figurat. Ocurențele termenului *război* – înregistrat frecvent în sintagme nominale, însoțit de determinanți adjectivali (*politic, total*) – ilustrează un tip aparte de *mutație semantică*, realizată prin activarea și clișeizarea sensului figurat, consemnat în DEX („ceartă; neînțelegere, vrajbă, gâlceavă”) în detrimentul celui primar, denotativ (*război* – conflict armat). Așadar, mecanismul de clișeizare – explicabil prin extensie semantică și prevalența sensului figurat – ilustrează, în termenii lingvistei Stoichițoiu Ichim (2009a: 314), un caz de *manipulare conotativă*.

Război + pe + atribut substantival (cu sens abstract)

Ultima bătălie din războiul pe șefia Parchetelor (<http://jurnalul.ro>, 21 octombrie 2015);

Război politic pe salariile bugetarilor (www.romanialibera.ro, 5 aprilie 2016) ;

În ce termeni se poartă războiul pe imunitatea parlamentară (<http://jurnalul.ro>, 22 martie 2016);

La nivelul selecției lexicale, tiparul de clișeizare predilect îl constituie structura compusă din lexemul *război* și determinantul adjectival cu valoare de superlativ absolut (*total*, de *amploare*, de *proporții*, *fără precedent*). Această particularitate din fizionomia lingvistică a clișeului amintește de „blestemul superlativelor” tipic limbii de lemn (Thom 1993: 76)

Război total Ponta - Guvernul Cioloș. *Se construiește drumul spre Dictatură* (<http://www.dcnews.ro>, 21 mai 2016);

Victor Ponta cheamă PSD la război total în Parlament: Guvernul a schimbat "pe șest" Codurile Penale (<http://www.evz.ro>, 22 mai 2016);

Se anunță un RĂZBOI de proporții în PSD. Dragnea nu-l vrea pe Ponta la șefia Camerei Deputaților (<http://www.aktual24.ro>, 13 iunie 2016);

Cătălin Predoiu detonează bomba pe scena politică a momentului. Război fără precedent cu Ponta (<http://psnews.ro>, 19 mai 2016);

Ultimul titlu concentrează *metafore filate* (Stoichițoiu Ichim 2005: 78) structurate într-un lanț *metaforic* ale cărui componente aparțin sferei lexico-semantice a conflagrațiilor de *amploare*.

Importat din aceeași terminologie a războiului, lexemul **bombă** se bucură de o popularitate remarcabilă în discursul mediatic *online*, procesul de clișeizare realizându-se contextual, în cadrul unor sintagme nominale cu grade diferite de uzură. Sintagma prototipică este *știre bombă*. Precedat de elemente nominale precum *scenariu*, *declarație*, *mutare*, *informație*, *discuție*, clișeul lexical *bombă* activează conotația de „știre senzațională” și este utilizat excesiv, până la desemantizare, în virtutea rațiunilor de ordin pragmatilistic, din tendința de hiperbolizare și obținerea efectului de surpriză și a senzaționalului, prin orice tip de artificiu lingvistic. Am remarcat faptul că, datorită impactului și a potențialului de *captatio benevolentiae*, acest clișeu este exploatat cu predilecție în elementele peritextuale (îndeosebi în titlu, supra-titlu, șapou), datorită rolului pivotal pe care acesta îl joacă în arhitectura textului jurnalistic: „Pentru Roland Barthes, titlul, sub „imperiul semnelor” este un enunț metalingvistic” cu funcție

„aperitivă”, ceea ce înseamnă că trebuie să-i provoace cititorului pofta de lectură, strategie care se înrudește cu suspansul. (Dumistrăcel 2006: 16). Tiparele sintactice predilecte de clișeizare ale acestui lexem sunt:

Substantiv + bombă (nearticulat):

O veste bombă pentru fumători (<http://www.cotidianul.ro>, 20 mai 2016);

Radu Tudor: "Klaus Iohannis mai are 21 de zile". Culisele unei discuții bombă de la Bruxelles (<http://www.dcnews.ro>, 19 iunie 2016);

SCENARIU - BOMBĂ despre Klaus Iohannis: 'Poate fi acuzat de fals în declarații' (<http://www.stiripesurse.ro>, 4 ianuarie 2016);

Mircea Badea, ipoteză bombă după demisia prezentatoarei care a moderat a doua dezbatere Ponta-Iohannis la BI (<http://www.obiectiv.info>, 11 decembrie 2014);

Propunere bombă a celor doi mari: armată, taxe și politică externă comună, în Europa (<http://www.dcnews.ro>, 28 iunie 2016);

Mutare bombă în tabăra liberalilor. Scenariu: Premierul Dacian Cioloș, la șefia PNL (<http://www.curierulnational.ro>, 12 iunie 2016).

Dacă demontăm din punct de vedere sintactic acest mecanism interesant de formare a structurii clișeizate, cel mai plauzibil scenariu interpretativ îl constituie o structură nominală cu adjectiv invariabil.

Bombă + adjectiv

O nouă diversiune marca Ghiță sau bomba politică a anului? România TV: PNL fuzionează cu UNPR (<http://www.cotidianul.ro>, 21 iunie 2016);

Bombă electorală cu populația! La Botoșani a explodat numărul oamenilor cu drept de vot (<http://www.botosaneanul.ro>, 19 mai 2016);

Bomba + substantiv în genitiv

BOMBA anului în politică: Ruptură Elena Udrea - Traian Băsescu! De la ce a plecat totul (<http://www.stiripesurse.ro>, 22 mai 2016);

Un oficial din GVERN detonează BOMBA ANULUI în județul Hunedoara (<http://hunedoaralibera.ro>, 24 iulie 2015);

Se remarcă, la nivel grafic, scrierea cu majusculă a clișeelor lexicale, ca o modalitate adiacentă de a semnaliza vizual sintagmele „la modă”, ceea ce în termenii lui Stoichițoiu Ichim (2006: 364) apar ca „stereotipuri grafice cu funcție persuasiv – evocatoare”.

Statutul de clișeu este confirmat și de construcțiile pleonastice cu valori de superlativ *bomba bombelor*:

BOMBA BOMBELOR ATOMICE DIN POLITICĂ : *SRI are ca ofițer activ un consilier din Ministerul Justiției* (<http://www.ziarulevenimentul.ro>, 12 februarie 2015).

Din aceeași sferă lexico-semantică generoasă a *războiului*, sunt politizate și exploatare o varietate de lexeme cu valențe augmentative, detașându-se tiparele frazeologice așa cum reiese din numeroase titluri de știri sau editoriale. În acest sens, o sintagmă verbală interesantă, recent clișeizată, evidențiată grafic prin ortografierea cu majusculă a nucleului frazeologic „a arunca nucleara” apare alături de lexemul „la modă” bombă:

Traian Băsescu aruncă NUCLEARA / *Documente bombă despre o mită de 1 milion de euro!* (<http://www.ziuanews.ro>, 22 iunie 2016);

Radu Tudor aruncă NUCLEARA: Cătălin Predoiu va fi schimbat (<http://www.ziarelive.ro>, 21 aprilie 2016).

Câmpul metaforic al războiului, bine reprezentat și consacrat în domeniul sportiv, a contaminat și discursul mediatic politic, înglobând următoarele paradigme lexicale (**forme de agresiune** – atac, linșaj, execuție, mutilare; **armament și explozibili**: bombă, artilerie, tun, explozie, fitil; **forme de organizare a resurselor umane**: armată, pluton).

6.2.2. Câmpul lexico-semantic al fenomenelor naturii

Densitatea clișeelor din discursul mediatic *online* înregistrează valori semnificative și în cazurile frecvente de intersectare a lexicului politic cu aria semantică a fenomenelor meteorologice, sugerând, în subsidiar, dimensiunea labilă a acestui univers și efemeritatea actelor politice prin asocierea cu aceste lexeme: *cutremur, incendiu, foc, furtună, intemperii, viitură*.

Din punct de vedere sintactic, substantivul *cutremur* apare în tipare distincte. Dintre acestea, semnalăm următorul tipar care se remarcă prin frecvență ridicată în presa politică *online*:

cutremur + circumstanțial de loc:

Sorin Ovidiu Vântu provoacă un cutremur în politică: DEZVĂLUIRI despre Iohannis, Ponta, Oprea, Dragnea și Blaga (www.ziarulevenimentul.ro, 7 august 2015);

Observăm și din punct de vedere grafic evidențierea clișeului prin utilizarea majusculilor.

CUTREMUR în politica românească! *Victor Ponta este judecat pentru înalta trădare! Dosarul este la Înalta Curte!* (www.stireazilei.com, 20 noiembrie, 2015);

În aceeași sferă a structurilor clișeizate pe tipar semantic meteorologic, semnalăm recurența următoarelor combinații lexicale cu un grad de frecvență relativ ridicat:

Intemperii: viitură de politicieni (<http://www.gandul.info>, 31 iulie 2008);

(...) *e strategia lui, e strategia partidului – în general, e vorba de strategie politică și de adaptare la intemperiiile vremii. În continuare, intemperiiile sunt create de DNA și sunt din ce în ce mai periculoase*” (<http://psnews.ro>, 14 aprilie 2016);

Ziua tristei despărțiri nu a fost însă una caracterizată de intemperii lacrimogene. (<http://jurnalul.ro>, 21 aprilie 2016).

Cât de expusă este economia la furtuna din zona politică (<http://www.zf.ro>, 15 iunie 2015)

Următorul grupaj de exemple atestă persistența unui alt clișeu meteorologic importat în discursul publicistic politic, care dezvoltă hiperbolic ideea de *cantitate mare*, formatat pe următorul șablon sintactic:

avalanșă + de + substantiv:

Avalanșă de partide cu trei membri (<http://www.digi24.ro>, 11 februarie 2016);

Avalanșă de proiecte de legi cu pomeni electorale (<http://www.romaniatv.net>, 8 aprilie 2016);

Nicușor Dan critică avalanșa de legi toxice adoptate de Parlament: În trei zile au decis că merita pensii speciale, că au voie să-și angajeze rudele și au interzis guvernului să administreze țara (<http://www.ziare-pe-net.ro>, 22 iunie 2016);

Avalanșă de proteste de stradă chiar în săptămâna alegerilor. *Explicațiile ministrului Muncii* (<http://www.aktual24.ro>, 31 mai 2016);

Avalanșă de „partide de buzunar” (<http://www.telegrafonline.ro>, 12 februarie 2016)

Traian Băsescu anunță o posibilă avalanșă de dosare penale împotriva lui Gabriel Oprea (<http://www.stiripesurse.ro>, 18 februarie 2016).

Se poate observa o frecvență semnificativă a acestui lexem în ultimul an, ceea ce atestă încadrarea sa în prima etapă din ciclul de „viață” predictibil al clișeului, care parcurge, în termenii lingvistei Rodica Zafiu (2012: 1) următoarele faze: „saturația, uzura și, ulterior, intrarea în desuetudine”.

6.2.3. Clișee religioase

La nivel macrotextual, o altă particularitate a clișeului politic din mediul *online* o constituie tendința de a reflecta, excesiv uneori, elemente/ aspecte ale vieții religioase, în special în proximitatea temporală a sărbătorilor. Astfel, am identificat o serie de automatisme verbale preluate din domeniul vieții religioase, folosite probabil cu intenția empatizării cu un *modus vivendi* profund spiritual, tipic românesc, în ciuda faptului că frizează, în multe cazuri, ridicolul.

SĂPTĂMÎNA NEAGRĂ în dosarele politicianilor: Năstase, Voiculescu, Ridzi, Mazăre, Fenechiu și alții așteaptă sentințele! (<http://caplimpede.ro>, 5 ianuarie 2014);

Reșița: **Vinerea neagră a libertății presei** (<http://www.romania-actualitati.ro>, 29 aprilie 2016);

Încă o **spovedanie la DNA**: La rând, arhiepiscopul Tomisului (<http://www.cotidianul.ro>, 12 iulie 2016);

Liviu Dragnea e supărat că „**apostolul**” său **politic**, Valeriu Zgonea, l-a **trădat** în duminica de Florii (<http://adevarul.ro>, 24 aprilie 2016).

Tendința de exploatare a vocabularului religios în context politic se justifică prin cunoașterea și supralicitarea vulnerabilității de natură spirituală a publicului-cititor.

Următorul grupaj de exemple relevă cele mai prolifiche mecanisme de obținere a structurilor clișeizate pe tipar religios:

Apostol + al + atribut substantival genitival

Valeriu Zgonea, un fel de **apostol al politicii românești**. Le-a ținut o prelegere celor de la PSD Botoșani despre fotbal, dar și despre limba engleză. (<http://www.b1.ro>, 13 octombrie 2015);

Liviu Dragnea, neașteptatul **apostol al corectitudinii politice**. Cum ar funcționa miliția gândirii promovată de PSD (<http://www.hotnews.ro>, 10 februarie 2016).

Se remarcă politizarea acestui lexem prin utilizarea strategică a sensului figurat de *adept și propagator înflăcărat al unei idei, al unei doctrine* în detrimentul celui primar.

Un alt mecanism de obținere a structurii clișeizate pe tipar religios îl constituie asocierea dintre concret (*apostol*) și abstract (*austeritate, moralitate*), pentru efectul scontat de inedit.

Ponta: Toți impostorii, urechiștii și **apostolii austerității** ar merita tăvăliți prin smoală, umpluți cu pene și fugăriți prin piața publică (<http://www.activenews.ro>, 26 februarie 2016) ;

Ponta, procurorul închipuit, **pseudoapostolul moralității de partid** (<http://www.curentul.info>, 8 martie 2011).

Concluzii

Din examinarea inventarului de clișee din discursul mediatic politic *online* am constatat, pe de o parte, în jurnalismul de tip informativ (știrea) o tendință de proliferare a clișeelelor în titluri și nu în corpul articolului, inflație motivată și de caracteristicile intrinseci ale genului (conciție, obiectivitate), în timp ce, în discursul de tip evaluativ (editorialul⁴, comentariul, analiza) structurile clișeizate sunt recognoscibile în special la nivel macrotextual, sub forma câmpurilor metaforice „unde aceste expresii fixe constituie „pivoți” care facilitează decodarea unor mesaje cu caracter figurat, alegoric sau simbolic” (Stoichițoiu Ichim 2006: 361). În comunicarea mediatică și politică se poate identifica o funcție adiacentă utilizării clișeului lingvistic: funcția instrumentală, de manipulare, de control al mulțimii prin limbaj.

Funcția dominantă activată de clișeu în discursul politic *online* – în ipostaza sa de „strategie semantico-stilistică proprie discursului publicistic” (Stoichițoiu Ichim 2006: 370) – este cea argumentativă, subordonată celei fatice, concluzie bazată pe ideea că aceste structuri fixe, mărci ale familiarului și consensului calcifiat într-un anumit context socioistoric pot iniția punți comunicative între locutori, unindu-i într-un mod de gândire și vorbire comun.

Un numitor comun sau un punct de intersecție evident al discursului publicistic și politic (cele două fiind osmotic interconectate, devine dificilă operația unei delimitări stricte) îl constituie densitatea metaforelor clișeizate, adoptate în virtutea potențialului de *manipulare conotativă*, prin actualizarea și exploatarea unor „conotații disforice (ironice, peiorative, chiar injurioase)”, dar și a „capacității lor de a oferi cadre de percepție și structuri interpretative ușor inteligibile care, prin repetare frecventă, fixează în mentalul colectiv imagini simplificate și judecăți evaluative privind viața politică” (Stoichițoiu Ichim 2009b: 599).

Corpusul confirmă intuiția noastră referitoare la faptul că editorialul – în virtutea mizei sale de *formare* de opinie și „coloană vertebrală a ziarului” – pune la dispoziție un spațiu fertil proliferării clișeelelor, de obicei coagulate în lanțuri metaforice.

BIBLIOGRAPHY:

⁴Editorialul (engl. *Column*, fr. *éditorial*, germ. *Kolumne*) este un articol în care se ia poziție asupra unui fapt de actualitate și se formulează punctul de vedere al publicației asupra respectivei probleme. Este considerat coloana vertebrală a ziarului (Florea 2011: 86).

- Amossy, Ruth, Elisheva Rosen, 1982, *Les Discours du cliché*, Paris: Sedes.
- Amossy, R. 2012, *L'argumentation dans le discours*, Paris: Armand Colin.
- Baidier, F., 2013, *Cultural Stereotypes and Linguistic Clichés: Their Usefulness in Intercultural Competency*, în „International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)”, 4 (2), p. 1166-1171.
- Beciu, Camelia, 2012, *Diaspora și experiența transnațională. Practici de mediatizare în presa românească*, în „Revista Română de Sociologie”, 23.1/2, p. 49-66.
- Burnett, Robert, and P. David Marshall, 2003, *Web theory: An introduction*, Psychology Press.
- Dahlgren, P. ,1996, *Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and its Publics*, în „Javnost/The Public”, 3 (3), p. 59–72.
- 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.
- Dumistrăcel, Stelian, 2006, *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentația instituirii comunității fatice prin mass-media*, Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”.
- Felecan, Daiana, 2009, *Structuri clișeizate în horoscopul mediatic*, în *Limba de lemn în presă*, Ilie Rad (ed.), București: Editura Tritonic, p. 263-279.
- Florea, Ligia Stelea (coord.), 2011, *Gen, text și discurs jurnalistic. Tipologia și dinamica genurilor în presa scrisă română și franceză*, București: Editura Tritonic.
- Guțu Romalo, Valeria, 2005, *Aspecte ale evoluției limbii române*, București: Editura Humanitas.
- Hardt, H., 1996, *The End of Journalism: Media and Newswriters in the United States*, în „Javnost/The Public”, 3(3), p. 21–42.
- Le Petit Larousse illustré*, 2012, Paris: Larousse.
- Le Robert Dictionnaire pratique de la langue française*, 2002, Paris: Edition du Club France Loisir.
- Lochard, Guy, Boyer, Henry, 1998, *Comunicarea mediatică*, Iași: Editura Institutul European.

Milică, Ioan, 2008, *Metafore animaliere în presa sportivă*, în *Comunicarea: ipoteze și ipostaze*, Luminița Hoarță Cărașu (coord.), Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, p. 166 – 177.

Oblak, Tanja, 2005, *The lack of interactivity and hypertextuality in online media*, în „Gazette”, 67.1, p. 87-106.

Quééré, Henri, 1998, *Le cliché: pour ou contre*, în *Le cliché*, Mathias Gilles (ed.), Toulouse: Presses Universitaires du Mirail, p. 101-112.

Roventța-Frumușani, Daniela, 2012, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București: Editura Tritonic.

Sparks, C., 1996, *Newspapers, the Internet and Democracy*, în „Javnost/The Public”, 3 (3), p.43–58.

Stark, R. J., 1999, *Clichés and Composition Theory*, în „Journal of Advanced Composition”, 19 (3), p. 453-464.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2005, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influențe, creativitate*. București: All.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2006, *Creativitate lexicală în româna actuală*, București: Editura Universității din București.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2009a, *Spectacolul politic – un clișeu al noii limbi de lemn*, în *Limba de lemn în presă*, Ilie Rad (ed.), București: Editura Tritonic, p. 306–327.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2009b, *Polisemia jocului în publicistica politică actuală*, în *Limba română. Teme actuale. Actele celui de-al 8-lea Colocviu al Catedrei de limba română*, Rodica Zafiu, Mihaela Constantinescu, Gabriela Stoica (eds.), București: Editura Universității din București.

Vintilă-Rădulescu, Ioana, 2009, *Limba presei românești de azi – o limbă de lemn?* în *Limba de lemn în presă*, Ilie Rad (ed.), București: Editura Tritonic, p. 328—342.

Zafiu, Rodica, 2001, *Diversitate stilistică în româna actuală*, București: Editura Universității din București.

Zafiu, Rodica, 2012, [Cu subiect și predicat](http://www.romlit.ro/cu_subiect_si_predicat) în „România Literară”, nr. 26, http://www.romlit.ro/cu_subiect_i_predicat, accesat în data de 3 martie 2016.

Zijderveld, Anton C., 1979, *On clichés: The supersedure of meaning by function in modernity*, London Boston and Henley: Routledge & Kegan Paul.

