

## METAFORA CONCEPTUALĂ ÎN CONSTRUCȚIILE IDIOMATICE ROMÂNEȘTI

Ludmila RĂCIULA, asist. univ.,  
Facultatea de Litere,  
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

**Abstract:** *The present article is an attempt to apply the Theory of Conceptual Metaphor to the analysis of idiomatic phraseological units of the Romanian language. We have already established that most of the idioms reflect in their form some cultural and historical information that is known to the native bearers of the Romanian language. At the same time, we believe that there is a group of idioms that can be analysed taking into account the conceptual metaphor that is of a universal nature. To this end, we shall make a distinction between the individual and conceptual metaphors and will apply the conceptual metaphor “mind is a container” to the Romanian phraseology, providing a linguocultural analysis of the idiom.*

**Keywords:** *phraseological unit, Theory of Conceptual Metaphor, linguocultural analysis.*

Analizând materialul idiomatic, am constatat că expresiile idiomatice, prin conținuturile lor, sunt motivate de unele fenomene extralingvistice bazate pe: concepții pre-științifice despre lume, simboluri culturale, intertextualitate, aspecte ale culturii materiale și aspecte ale interacțiunii social-culturale, pe de o parte și, de unele cauze intralingvistice, cum ar fi metafora sau metonimia, pe de altă parte.

Din perspectiva lingvoculturală, expresiile idiomatice sunt abordate prin prisma segmentării situațiilor stereotipice din viața cotidiană a românilor ce au servit drept prototipuri în formarea semnificației frazeologice. Lexemele ce denotă realii, simboluri și etaloane culturale în componența expresiei idiomatice fac parte din conținutul semnificației frazeologice și totodată, sunt mijloace de interpretare lingvoculturală. Astfel, însăși imaginea la baza frazeologismului poate servi drept indice pentru interpretarea lingvoculturală cu condiția că ea oglindește caracteristicile naționale ale viziunii asupra lumii. Diferența principală între această resursă intralingvistică și resursele extralingvistice constă în faptul că însăși frazeologismele, percepute în calitate de modele tropice ale unor fapte, situații sau particularități ale lucrurilor nu sunt semne ale culturii și nu formează taxoane culturale.

Însă în cazul când aceste frazeologisme reflectă, prin imagine la baza lor, particularități culturale ale viziunii asupra lumii, ele pot executa rolul semnelor culturale cu condiția interpretării lor prin intermediul codurilor culturale [8, p. 247].

Una din cele mai importante surse intralingvistice a interpretării culturale a expresiilor idiomatiche este metafora la baza lor. Renumitul lingvist român Lazăr Șăineanu, fiind în mod deosebit preocupat de metaforă, susține că metafora lexicologică este cel de al doilea factor considerabil în dezvoltarea limbii. Savantul explică „transferarea de la o noțiune la alta se face pe baza unui termen de comparațiune, care scapă de multe ori, căci unele din aceste imagini s-au șters cu timpul, pierzându-și transparența primitivă”. Totodată, în viziunea lui Șăineanu, metaforele dau specificul unei limbi istorice: „În metaforele și expresiunile metaforice stă originalitatea și geniul limbei și într-însele se oglindesc particularitățile spiritului național.” [7, p. 153] „Nimic nu poate scoate mai bine în relief fizionomia specială a unui popor ca un studiu asupra expresiunilor sale metaforice. În aceste creațiuni populare rezidă tot geniul unei limbi și ele dau tiparul propriu fiecărei idiome” [7, p. 224].

Ceva mai târziu, E. Coșeriu înaintează ipoteza cu privire la caracterul fundamental al creației metaforice, care este „inerent esenței cognitive a limbajului”. Savantul postulează că finalitatea metaforei nu este figurativă sau expresivă, ci este o „încercare de a clasifica realitatea” și o cunoaștere a ei prin „imagini” [2, p. 17-18]. Cu alte cuvinte, funcția principală a metaforei nu este de a ornamenta expresia, ea însăși fiind concomitent expresie și conținut al unui fapt experiențial nou, care nu poate fi surprins în alt mod.

În continuare, cognitiști G. Lakoff și M. Johnson (1987, 1990, 2008) lansează ideea „metaforei convenționale”, conform căreia metafora „este prezentă pretutindeni în viața de fiecare zi, nu doar în limbaj, ci și în gândire și acțiune”<sup>14</sup> [6, p. 4]. Atât E. Coșeriu, cât și Lakoff și Johnson oferă metaforei un rol cardinal în definirea realității cotidiene, iar modul în care funcționează sistemul conceptual se reflectă în vorbirea cotidiană, deci, în mod evident și în frazeologisme. În viziunea cognitivistă, „esența metaforei” constă în „a permite înțelegerea a ceva (și a experimenta acel ceva) în termeni a ceva diferit”<sup>15</sup> [6, p. 5], apelând la alte concepte mai bine cunoscute vorbitorului, pentru a desemna obiecte, fenomene, situații din realitatea imediată, sentimente sau relații interumane. Putem concluda că rolul metaforei constă în a configura ceea ce înseamnă realitatea pentru fiecare dintre noi [6, p. 140].

În scopul cercetării de față, e necesar să distingem între metafore conceptuale și metafore lingvistice sau poetice. Dacă metaforele conceptuale sunt o oglindire, o replică a modului nostru de a gândi, atunci metaforele poetice sunt creații personale. Astfel, Kövecses susține că „expresiile lingvistice (i.e., modul de a vorbi) sunt manifestări ale metaforelor conceptuale (i.e., moduri de agândi)” [5, p. 7]<sup>16</sup>. Studiile cognitive se bazează, în marea lor parte, pe analiza metaforelor conceptuale<sup>17</sup>, cele personale fiind lăsate domeniului de stilistică.

Teoria Metaforei Conceptuale (TMC) a contribuit la studiul culturologic cu un metalimbaj bine stabilit, oferindu-ne termeni de tipul *metafora conceptuală*, *model metaforic*, *domeniu sursă* și *domeniu țintă*, *reprezentare* etc., care s-au dovedit a fi eficienți în analiza expresiilor metaforice de diverse tipuri, de la metafore poetice la metaforele conceptuale (cu un caracter universal). Aplicarea Teoriei Metaforei Conceptuale ne permite să identificăm serii de expresii idiomatiche, apărute pe baza unei metafore conceptuale fundamentale. Drept exemplu, în acest sens, ne va servi metafora conceptuală, propusă de Lakoff și Johnson, MINTEA ESTE UN CONTAINER.

---

<sup>14</sup> „[...] metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature” – Lakoff – Johnson 2003, p. 4.

<sup>15</sup> „The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another”, *ibidem*, 5.

<sup>16</sup> „[...] the linguistic expressions (i.e., ways of talking) make explicit, or are manifestations of, the conceptual metaphors (i.e. ways of thinking) [...]” – Kövecses 2010, p. 7.

<sup>17</sup> A se vedea Tomoiagă M. A. *Metaforele conceptuale în limba română contemporană* //Dacoromania. Serie nouă [online] Disponibil pe: [http://www.dacoromania.inst-puscaru.ro/articole/2015\\_1/22\\_XX\\_\(2015\\_nr.%201\)%20\[Pages%2055%20-%2067\].pdf](http://www.dacoromania.inst-puscaru.ro/articole/2015_1/22_XX_(2015_nr.%201)%20[Pages%2055%20-%2067].pdf) accesat la 9.06.17

În tezaurul frazeologic al limbii române, am identificat următoarele expresii care, după părerea noastră, sunt bazate pe această metaforă conceptuală: *a-și aduna gândurile*, *a-și băga mințile în cap*, *a-i veni (cuiva) mințile acasă (sau la loc, la cap) sau a-și băga mințile în cap*, *a-i ieși din gând*, *a scoate ceva (sau pe cineva) din gând*, *a-i da (sau a-i trece, a-i veni) cuiva (ceva) prin (sau în) gând* (loc considerat ca sediu al cugetării; minte), *a avea (pe cineva sau ceva) în minte*, *a-i lua (sau a-i suci, a-i fura) cuiva mintea (sau mințile)*, *a nu(-i) intra (cuiva) în cap*, *a nu-i mai ieși (cuiva ceva) din cap*, *a-i deschide (cuiva) capul etc.* Astfel, dacă e să aplicăm schema propusă de G. Lakoff și M. Johnson (2003), ajungem la concluzia că mintea omului este un container în care mintea/ gândurile/ ideile intră/ iese/ trec/ sunt băgate/ scoase etc. de către individ în mod voluntar sau involuntar, fiind lăsate să iasă la libertate (sau din potrivă, ținute să nu iasă). Prin analogie, putem propune o metaforă conceptuală adițională, ce ține de modul de a exprima sau a nu exprima aceste gânduri și idei. GURA/ LIMBA ESTE UN TRANSMIȚĂTOR este metafora conceptuală care, după părerea noastră, este la baza următoarelor expresii: *a-l lua gura pe dinainte*, *a trage pe cineva de limbă*, *a avea (a fi) gură spartă*, *a-și pune lacăt la gură*, *a întinde vorba*, *a scăpa la iveală*, *a (nu) sufla o vorbă*, *a se amesteca (sau a umbla, a-și băga nasul) unde nu-i fierbe oala*. Astfel, gura/ limba este acel canal prin intermediul căruia gândurile/ ideile ies din container. În frazeologia românească, gura devine un organ independent, care poate să acționeze neținând cont de dorința omului, spre exemplu, *a-l lua gura pe dinainte*, *a avea (fi) gură spartă*, *a-și pune lacăt la gură etc.*

Totodată, D. Dobrovolskiy și E. Piirainen (2005), Gibbs (1990) au ajuns la concluzia că expresiile idiomatice și cele metaforice ce au la bază aceeași metaforă conceptuală adesea dau dovadă de diferențe semantice ce nu pot fi explicate pe baza modelelor conceptuale datorită caracterului abstract al acestora. Dacă e să analizăm expresiile *a-l lua gura pe dinainte* (= a destăinui ceva fără voie, a spune ceva ce n-ar fi trebuit să spună) și *a întinde vorba* (= a divulga un lucru care ți-a fost încredințat ca un secret), observăm că prima expresie se distinge de cea de a doua prin semul „involuntar”, pe când, în componența semică a celui de al doilea frazeologism există semul „secret”, de exemplu, „a divulga un lucru care ți-a fost încredințat ca un secret”. Expresia *a trage pe cineva de limbă* invocă lipsa de dorință a persoanei de a divulga informații; iar *a (nu) sufla o vorbă* se deosebește de celelalte frazeologisme din această serie prin semele „încet” și „pe ascuns”, deci a (nu) informa pe ascuns. O astfel de analiză servește drept confirmare a necesității unui instrument de precizie mult mai avansată pentru a explica diferențele semantice ale frazeologismelor sus menționate. Prin urmare, este evident faptul că se cere o îmbinare armonioasă a metodelor de cercetare lingvistice și non-lingvistice pentru a descifra conținutul conotației culturale a unităților frazeologice.

Totodată, observăm că în multe cazuri, informațiile socioculturale ce stau la baza frazeologismelor tind să se suprapună cu mijloacele intralingvistice ce le motivează. Pentru a demonstra acest lucru, vom lua drept exemplu metafora conceptuală FURIA ESTE UN FLUID AFLAT ÎNTR-UN CONTAINER, considerată de G. Lakoff și M. Johnson extrem de productivă în multe limbi europene (a se vedea Lakoff, 1987; Kovecses, 1990, Gibbs, 1990). După părerea unanimă a cognitiviștilor Lakoff, Kovecses și Gibbs această metaforă este fundamentată de experiența fiziologică a omului și este prezentă în majoritatea culturilor. Astfel, în limba română identificăm următoarele expresii frazeologice construite pe baza acestei metafore conceptuale: *a fierbe în sine*, *a fierbe sângele în vine*, *a fierbe mânie*, *a muri/ a crăpa/ a plesni de ciudă*, *a-și vărsa veninul*, *a-și vărsa focul (sau sufletul, amarul)*, *a-și descărca conștiința (sau inima) etc.* Existența expresiilor de acest gen în mai multe limbi se explică prin procesele fiziologice ale omului. Ținem să menționăm că informațiile la baza acestor frazeologisme se suprapun cu un alt tip de informații, menționate anterior, în particular, cunoștințe preștiințifice despre lume. Conform *Doctrinei celor patru umori*, flegma, flegma, bila neagră, bila galbenă și sângele determină cele patru tipuri de temperamente: coleric, sangvin, melancolic și flegmatic. Temperamentul coleric se manifestă prin furie și irascibilitate, fapt ce ar putea explica apariția frazeologismelor de acest tip. În mod tradițional, temperamentul se asociază cu bila galbenă, după cum reiese și din expresiile românești cu componenta „venin”, în cel de al doilea sens, purtător de mărcile *anat.*; *pop.* „fiere; fig. supărare, mâhnire, necaz; furie”, i.e., *a-și vărsa veninul* „a-și manifesta supărarea, mânia, furia față de cineva”; *a face venin* „a se supăra foarte tare, a-și face sânge rău”; *a pune (cuiva) venin la inimă* „a face ca cineva să se supere foarte tare”; *a deveni verde la față* „a deveni foarte palid de frică, de furie sau de mânie”.

Considerăm că majoritatea vorbitorilor de rând, nu stabilesc o relație directă între culorile verde/ negru sau galben) și furie sau emoție apropiată furiei, invidie, dar presupunem că există conexiuni asociative, care ar explica existența expresiilor de acest gen.

Un alt exemplu este seria de frazeologisme *a fi (a se crede) în al șaptelea/ nouălea cer; a sări de bucurie; a fi în culmea fericirii, a ridica moralul* și altele, fundamentate de metafora conceptuală FERICIREA ESTE SUS. Dacă e să ne referim la frazeologismul *a fi în al șaptelea / nouălea cer*, ar trebui să luăm în considerație atât cunoștințele bazate pe credințele populare, cât și simbolismul numerelor. Ciușanu descrie credințele poporului român despre cer în felul următor: „unii țărani cred în existența mai multor ceruri care, zic ei, sunt de la noi până la cerul lui Dumnezeuși anume, *nouă* ceruri, tot la fel făcute, ca și cerul pe care îl vedem noi [1, p.23]. Și tocmai în cerul al nouălea locuiește [Dumnezeu] cu îngerii lui”. Pe de altă parte, D. Dobrovolskij și E. Piirainen ne atrag atenția asupra rolului simbolismului cultural în analiza frazeologismelor fundamentate de metafora conceptuală FERICIREA ESTE SUS [3, p. 33]. Lingviștii susțin că multe frazeologisme ce conțin un număr în structura lor componentială pot fi interpretate doar în contextul cunoștințelor culturale, care asigură motivarea între sensurile *ad litteram* și cele figurate ale componentelor frazeologice. Spre exemplu, existența frazeologismelor de tipul *a fi în al șaptelea / nouălea cer* în limbile română, rusă, engleză, germană, lituaniană nu poate fi explicată decât prin factorul cultural. Prin urmare, cuvântul *cer* și echivalentele lui în limbile nominalizate supra se asociază în mintea vorbitorului cu conceptul religios de „paradis”, care are un rol semnificativ în explicarea relației de motivare între semnificația frazeologismului și imaginea la baza lui. Funcția imaginii date este de a evoca astfel de asociații religioase și, în același timp, de a indica conceptul „SUS”, pe când numeralele *șapte* sau *nouă* contribuie la indicarea unei distanțe enorme dintre cer și pământ<sup>18</sup>. Despre importanța numărului *șapte* în cultura românească putem judeca și după următoarele expresii *a mânca/ bea cât șapte, a munci cât șapte, a veni (fi) cu șapte (nouă) lupi*. Folosirea numeralului *șapte* se datorează, pe de o parte, cosmogoniei antice, conform căreia universul se credea a fi constituit din câteva sfere concentrice (numărul variază de la șapte la 11, de aici și diverse variante ale expresiei). Totodată, cabaliștii susțineau că există șapte ceruri, fiecare înălțându-se asupra celuilalt, cel de al șaptelea fiind locul unde locuiește Dumnezeu și îngerii săi. Cel de al șaptelea cer, atestat pentru prima dată în *Apocrypha*, este descris în Talmud [*apud* 3, p. 34].

După cum se știe, diferența între numerele *șapte* și *nouă* se explică prin contextul istoric. *Șapte* este un număr special în culturile de vest. Originile acestui număr se trag din tradițiile simbolice ale iudaismului și creștinismului, din Testamentul Vechi și cel Nou, din exegeza biblică și alte coduri religioase ce au dominat societatea de-a lungul secolelor. În prezent, simbolismul țărilor europene atribuie numărului *șapte* un rol mult mai important decât celui de *nouă*. Astfel, Ciușanu susține că „numărul *șapte* necesită o atenție deosebită, deoarece *Cartea Destinelor* era compusă din *șapte* tăblițe; brahmanii aveau *șapte* inele profetice și pe fiecare inel era săpat numele uneia din cele șapte planete; în Laconia găsim *șapte* pietre consacrate planetelor; *șapte* caste erau adoptate de indieni și egipteni din cea mai adâncă vechime; *șapte* sunt idoli pe care bonzii îi duc, în fiecare zi în *șapte* temple; *șapte* zile are săptămâna la toate popoarele; *șapte* ramuri avea candelabru din templul de la Ierusalim, care era înconjurat de *șapte* curți; *șapte* porți avea orașul Teba; naiul lui Pan avea *șapte* țevi; lira lui Apollo avea *șapte* coarde etc.” [1 p. 210]. Pe de altă parte, numărului *nouă* i se atribuia o importanță majoră în mitologia germanică veche. Cosmogonia nord-germanică postulează existența a *nouă lumi*, iar perioadei de *nouă zile* se deosebea de o importanță specială; *noua zile și nouă nopți* constituiau o perioadă semnificativă de timp. Însă, pe parcursul timpului, acest număr simbolic a fost treptat înlocuit cu numărul *șapte*, care a devenit un simbol religios.

În acest mod, putem concluziona ca frazeologismul *a fi în al șaptelea/ nouălea cer* este motivat prin metafora conceptuală, credințele populare și preștiințifice despre lume, simbolismul numerelor *șapte / nouă* și fenomenul intertextualității. Este greu de stabilit totuși ce a generat întregul lanț: cunoștințele preștiințifice despre lume sau metafora conceptuală. Luând în considerație cele expuse în acest articol, considerăm că identificarea aspectelor culturale a frazeologismelor necesită o

---

<sup>18</sup> A se vedea Ciușanu, p.55 despre distanța între cer și pământ.

îmbinare armonioasă a metodelor lingviculturale și pur lingvistice, astfel contribuind la o înțelegere mai bună a viziunii românilor asupra lumii.

**Bibliografie:**

1. CIAUȘANU, Gh. F. *Superstițiile poporului român în asemănare cu ale altor popoare vechi și noi cu ale altor popoare vechi și noi*. București: SAECULUM VIZUAL, 2014. 335 p. ISBN: 973-8455-55-9
2. COȘERIU, E. *Creația metaforică în limbaj*. Dacoromania, 11-33. [online] [citată 12.09.2018]. Disponibil: [http://www.dacoromania.inst-puscariu.ro/articole/2000-2001\\_1.pdf](http://www.dacoromania.inst-puscariu.ro/articole/2000-2001_1.pdf).
3. DOBROVOL'SKIJ, D., PIIRAINEN, E. *Figurative language cross-cultural and crosslinguistic perspectives*. Amsterdam etc.: Elsevier, 2005.
4. GIBBS Jr, RAYMOND W., and O'BRIEN, Jennifer E.. "Idioms and mental imagery: The metaphorical motivation for idiomatic meaning." *Cognition* 36.1 (1990): 35-68.
5. KOVECSES, Zoltan. *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press, 2010. 396 p. ISBN 978-0-19-537494-0
6. LAKOFF, George, and JOHNSON, Mark. *Metaphors we live by*. University of Chicago press, 2003. 256 p. ISBN: 9780226468013
7. ȘĂINEANU, Lazăr, *Încercare asupra semasiologiei limbei române: studii istorice despre tranzițiunea sensurilor*. Cu o alocuțiune-prefață de B.-P. Hașdeu, Ediție îngrijită, studiu introductiv și indice de Livia Vasiliuță, de Editura de Vest, 1999. 146-263 p.
8. TELIJA, Veronika N. *Russkaja frazeologija: semantičeskij, pragmatičeskij i lingvokul'turolo-gičeskij aspekty*. Škola" Jazyki ruskoj kul'tury", 1996. 284 z. ISBN:5887660473