DE CE *TIMPUL COSTĂ BANI*?

Mirela-Ioana BORCHIN
(Universitatea de Vest din Timişoara)

Numeroase studii din bibliografia recentă a metaforei pledează pentru abandonarea prejudecății că distribuția acestei figuri s-ar limita la limbajul poetic — tot mai greu de definit şi de delimitat. Autorii lor revin tot mai insistent la cercetarea figurilor din limbajul non-poetic, mai cu seamă a celor din limbajul comun, marcat stilistic printr-o expresivitate la originile căreia s-ar afla un fond de afectivitate ce alimentează variate şi spontane manifestări creative.

În viziunea întemeietorului stilisticii lingvistice, Ch. Bally, această disciplină nu trebuie să se intereseze de un produs individual şi artificial (precum *stilul*), ci de manifestările spontane ale afectivității colective:

„După Bally, stilistica se ocupă cu studiul mijloacelor de expresie ale vorbirii unei comunități lingvistice din punctul de vedere al conținutului lor afectiv, adică exprimarea faptelor de sensibilitate prin limbaj şi acțiunea faptelor de limbă asupra sensibilității“[1].

Bally are numeroşi adepți printre stilisticienii români. Nu numai I. Iordan, ci şi I. Coteanu dă întâietate *limbii* în studiul stilisticii:

„În cea mai largă accepțiune a termenului, *stilistica* este însă studiul *limbii în acțiune*, cercetarea modului în care vorbitorii se folosesc de graiul lor într-o împrejurare sau alta“[2].

[1] I. Iordan, *Stilistica limbii române,* Bucureşti, Editura Ştiințifică, 1975, p. 12.
[2] I. Coteanu, *Stilistica funcțională a limbii române (stil, stilistică, limbaj)*, Bucureşti, Editura Academiei, 1973, p. 8.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

Modelul de stilistică propus de Ch. Bally elimină din preocupările acesteia aplecarea asupra unor fapte lingvistice de natură individuală, precum creația literară. În stilistica limbii, textele literare sunt folosite foarte rar şi numai ca suport pentru identificarea unor fapte de creativitate spontană, ce țin mai degrabă de oralitate decât de aspectul scris al limbajului, de o creativitate colectivă decât de una individuală.

Cercetarea unei figuri a limbajului comun dispune de mare parte din bibliografia generală, statornicită în retorică, în poetică, în stilistică etc., deoarece mecanismul producerii ei şi structura lingvistică în care se actualizează sunt aceleaşi. Distincția față de figura poetică se realizează la nivelul unor factori de natură pragmatică, precum intenția de comunicare, efectul asupra receptorului, natura situației de discurs, frecvența etc.

Moştenirea teoretică nu ne permite să construim un model exhaustiv al figurii, dar ne obligă să admitem că acest concept s-a structurat la mai multe nivele, care decurg logic unul din celălalt:

a) la nivel formal, unde este văzută ca formă discursivă cu caracter special, integrată cu un anumit scop într-un anumit loc din structura discursului. Această percepție este valabilă începând cu Antichitatea şi până în momentul actual, în ceea ce înseamnă tradiție retorică. Însuşi Quintilian este invocat pentru felul în care inițiază un model teoretic al figurii. El întrevede două posibilități de definire a acestei noțiuni: pe de o parte, ea este privită ca *formă a expresiei unui gând*, oricare ar fi această expresie, iar, pe de altă parte, este percepută ca materializare a unei schimbări intenționate în raport cu modelul obişnuit de exprimare. În cea de-a doua variantă se află originile îndepărtate ale figuralității restrânse. Pe această accepțiune de largă aderență se bazează cele mai multe taxinomii retorice ale figurilor discursului, figuri care îşi asigură specificitatea printr-o punere în relație inedită a semnelor, în urma căreia se creează unele vecinătăți diferite de cele în care semnele s-ar afla într-o distribuție nemarcată stilistic. În studiile recente, s-a subliniat faptul că figura nu este numai o formă lingvistică cu un rol determinant în punctul în care se inserează în discurs, ci o formă produsă printr-un efort de codare de ordin onomasiologic (intenția de comunicare şi conținuturile se transpun în semne lingvistice) şi, în acelaşi timp, de decodare de natură semasiologică (semnele lingvistice se transpun în

BDD-V1877 © 2005 Editura Universității de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

conținuturi ce relevă şi o anumită intenție de comunicare). În acest sens, figura poate fi considerată o formă semiotico-pragmatică[3];

b) la nivel semantic-relațional, unde este identificată ca expresie cu sens figurat, recunoscută intuitiv sau după o analiză sumară ca enunț caracterizat prin „proprietatea semantică de a evoca o semnificație figurată“[4]. Dacă se postulează existența unei figuri pe apariția unui sens figurat, rezultă că se reține drept constituenți ai figurii toți factorii care într-un anumit context contribuie la actualizarea unei conotații. Dintr-o atare optică se revine la teoria relațională a figurii, fiindcă unul dintre factorii decisivi ai generării de sens figurat îl reprezintă combinația de lexeme (compară *Maşina costă bani.* — în care lexemele se combină cu sensurile lor denotative: maşina este o marfă, marfa are un preț, verbul *a costa* exprimă prețul mărfii, prețul se exprimă în bani, deci *Maşina costă bani.* — cu *Timpul costă bani.* — enunț figurat, în care lexemele se combină în baza sensurilor conotative, cu un grad de conotație mai apropiat sau mai îndepărtat de denotație. Timpul nu este folosit cu sensul său propriu, de mărime fizică, sens semiotic, conferit de sistem, ci cu un sens modificat sub presiunea relației cu verbul *a costa* şi cu substantivul *bani*, care se apropie foarte mult de configurația semică a cuvântului *marfă*. La rândul lui, lexemul *costă*, datorită combinației cu cuvântul *timp*, nu mai indică prețul unei mărfi, ci se apropie de sensul verbului *a măsura* — scurgerea timpului —, chiar şi sensul lexemului *bani* se schimbă, antrenându-se în relația cu diviziunile timpului. Existența unei referențialități relaționale este pusă în evidență de Heinrich F. Plett: „Ceea ce ne interesează mai mult este interacțiunea elementelor de sens la nivelul combinației de semne, adică: în cadrul semanticii cuvântului, propoziției şi textului, şi anume în perspectiva abaterilor posibile de la normă.“[5];

c) la nivel gramatical, unde se apreciază că se naşte din interferența dintre sintaxă şi lexic, în condițiile interdependenței dintre configurația gramaticală a enunțului figurat şi sensul figurat al unităților lexicale. Încă din epoca clasică retorii au recunoscut importanța factorului gramatical în constituirea figurilor, dar au fost mult mai preocupați de conținutul decât de forma acestora. Abia în a doua jumătate a secolului trecut se concretizează inițiative de studiu sistematic

[3] Ronald Landheér, *Présentation,* în *Langue française (Les figures de rhétorique et leur actualité en linguistique*)*,* februarie — 1994, p. 7.
[4] Irène Tamba-Mecz, *Le sens figuré,* Paris, Presses Universitaires de France, 1981, p. 28.
[5] *Ştiința textului şi analiza de text (Semiotică, lingvistică, retorică*), Bucureşti, Editura Univers, 1983, p. 284.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universității de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

al expresiei gramaticale a figurilor (v. Catherine Brooke-Rose, *A Grammar of Metaphor,* 1958). Gramatica metaforei *in praesentia*, de pildă, vizează trei structuri sintactice tip: metafora apozitivă: „Lună, tu, stăpâna mării...“ (M. Eminescu), metafora propoziţională „Eu sunt o pată de sânge care vorbeşte“ (N. Stănescu) şi metafora într-o propoziţie eliptică „Ochişorii lui, mura câmpului“. Având în vedere faptul că la originea metaforei *Timpul costă bani.* se află propoziţia metaforică clasic structurată *Time is money.,* în care comparatul are funcţie de subiect, comparantul de nume predicativ şi verbul este copulă gramaticală, o vom trata, din punct de vedere gramatical, ca metaforă propoziţională.

d) la nivel pragmatic, unde se defineşte prin „jocul de inferenţe şi de evocări pe care le suscită“[6], convertindu-se într-un răspuns adecvat la un orizont de aşteptare ce mizează pe ieşirea prin limbaj din starea de normal. Avem de-a face cu o figură atunci când într-o secvenţă discursivă sau într-un discurs întreg „efectul de sens produs nu se reduce la cel angajat de simplul aranjament lexico-sintactic“[7].

Între aceşti doi poli, şi anume posibilităţile de inferenţă şi efectele speciale pe care enunţul *Timpul costă bani.* le produce asupra receptorului, ne situăm investigaţia pragmatică a acestei metafore.

Figura figurilor, prototipul figurii este metafora, fie că este o producţie deliberată sau spontană. Departe de a fi doar un privilegiu al poeticului, **metafora** invadează în mod curent practicile noastre comunicative. Şi asta se întâmplă deoarece mecanismul analogiilor funcţionează înainte de toate în gândire. Gândirea analogică determină raportarea oricărei entităţi nou întâlnite la o entitate deja cunoscută. Această procedură simplifică procesul accesării cunoştinţelor.

În logică, renumitul principiu al cunoaşterii ca re-cunoaştere face să iasă la suprafaţă atât rolul central al analogiei în mecanismele gândirii, cât şi funcţia ei mediatoare în relaţiile interpersonale:

„*A cunoaşte înseamnă în mare măsură a recunoaşte şi a construi un model al lumii cu resursele propriei noastre lumi*“[8].

---

[6] Laurent Jenny, *Rostirea singulară,* Bucureşti, Editura Univers, 1999, p. 11.
[7] G. Molinié, *La stylistique,* ed. a II-a, Paris, Presses Universitaires de France, 1991, p. 118.
[8] D. Bougnoux, *Introducere în ştiinţele comunicării*, Iaşi, Editura Polirom, 2000, p. 72.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

Nu numai orice efort de gândire se hrăneşte din **analogie**, ci şi cooperarea în raporturile de comunicare se bazează pe modele de acest tip. Acestea mijlocesc împărtăşirea de înţelesuri şi de subînţelesuri, ce se desprind din felul în care percepem realitatea prin intermediul unor patente formate în acte de cunoaştere anterioare. Prin urmare, nu este exagerat să susţinem că accedem realul prin **metaforă** şi nici că **metafora** este omniprezentă în manifestările noastre cotidiene:

„*...după cum s-a tot repetat de la Dumarsais încoace, ştim bine că se creează «mai multe figuri de stil într-o oră într-o hală» decât într-o zi la Academie.* **Metafora***, ca şi funcţia poetică, este disipată, inexpugnabilă prin cuvânt şi, probabil, nenumărabilă: putem număra figurile de stil dintr-un poem? E ca şi cum ai vrea să numeri fulgii dintr-un bulgăre de zăpadă*"[9].

Ideea că **metafora** nu este cantonată în expresia poetică, ci traversează toate limbajele umane, graţie rolului capital al analogiei în gândire şi în vorbire, a constituit fundamentul unei opere-reper din lingvistica actuală, una din cele care au zdruncinat cu argumente imbatabile ceea ce tradiţia încetăţenise în percepţia **metaforei**: *Metaphors we live by*, de G. Lakoff şi M. Johnson, apărută în 1980, iar în traducere franceză, în varianta de care ne-am servit, în 1985[10].

Autorii americani demască ipocrizia retoricii care cimentase modelul metaforei ca procedeu al imaginaţiei poetice şi ca ornament în utilizările extra-ordinare de limbaj, afirmând că, dimpotrivă, metafora nu este un apanaj al elitelor, ci o prezenţă comună în viaţa de toate zilele, nu doar în limbajul uman, ci şi în gândirea şi în acţiunile noastre. Ipoteza lor de lucru nu lasă loc echivocului:

„*Cea mai mare parte din sistemul nostru conceptual fundamental este de natură* ***metaforică***"[11].

Finalitatea lucrării, ce motivează investigaţia amănunţită a răspândirii metaforei în afara poeziei, este, de la început, formulată la fel de clar:

„**Metaforele** *în limbaj sunt posibile tocmai pentru că există* **metafore** *în sistemul conceptual al fiecăruia dintre noi*"[12].

[9] *Ibidem,* p. 71.
[10] *Les métaphores dans la vie quotidienne*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1985.
[11] *Ibidem,* p. 14.
[12] *Ibidem,* p. 16.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

Coautorii lucrării *Metaphors we live by* urmăresc modul cum se structurează veritabile câmpuri metaforice în limbajul uzual şi caută să explice extensia şi interrelaţionarea acestora graţie unei gândiri de tip metaforic.

T. Vianu se află printre cei ce au perceput acest fenomen al extraordinarei extensii a metaforei, susţinând chiar că limbajul este de esenţă metaforică, din moment ce, până la urmă „toate cuvintele limbii sunt metafore“[13].

În acest spirit şi-a conceput şi G. I. Tohăneanu *Dicţionarul de imagini pierdute*[14], în care caută să reconstituie metaforele ascunse şi „păstrate“ în cuvintele neologice. Referindu-se la acestea, G. I. Tohăneanu susţine că „aşa-zisa neutralitate stilistică rezistă doar atâta vreme cât le privim pe plan strict «orizontal»“[15], dar că, analizate diacronic, ele „îşi declară identitatea lor de metafore, de imagini pierdute, dar recuperabile“[16].

Încercând să dau, în sfârşit, un răspuns la întrebarea-titlu, îmi voi aşeza investigaţia pe asemenea baze teoretice. Aşa cum am precizat, nu mă voi opri asupra unei metafore a cotidianului comprimate în cuvânt (asupra unei metafore de cuvânt, produsă prin substituţie, *in absentia*), ci asupra uneia de concepţie, structurate într-o propoziţie în care sunt prezenţi atât comparatul, cât şi comparantul antrenaţi în mecanismul analogic (deci asupra unei metafore propoziţionale, *in praesentia*).

Timpul costă bani. este o metaforă de „import“, preluată din engleză printr-o traducere aproximativă (< engl. *Time is money.*). Ea face parte dintr-o categorie aparte de metafore, pe care am putea-o numi *cea a metaforelor călătoare*, adoptate de colectivităţi diferite care împărtăşesc — sau ajung să împărtăşească — o anumită mentalitate.

În interpretarea acestei metafore, am intenţionat să depăşesc zona de cercetare proprie semanticii lexicale şi să urmăresc şi acele aspecte pragmatice pe care le presupune o figură tocită de uz şi „vulgarizată“ prin răspândire. Procedând astfel, am vrut să ilustrez şi felul în care o metaforă a cotidianului are capacitatea de a ne influenţa modul de a gândi şi, în cele din urmă, chiar comportamentul social.

---

[13] T. Vianu, *Problemele metaforei şi alte studii de stilistică*, Bucureşti, Editura de Stat pentru Literatură şi Artă, 1957, p. 19.
[14] Timişoara, Editura Amarcord, 1995.
[15] *Dicţionar de imagini pierdute,* p. 5.
[16] *Ibidem*.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

Spuneam mai sus că în română nu avem o traducere literală a structurii gramaticale şi semantice a metaforei *Time is money,* ci o traducere liberă, în care verbul *is* este tradus prin verbul *a costa***,** care este sinonim cu verbul *a fi* predicativ, şi nu copulativ.

De aceea, în varianta românească a acestei figuri nu se mai recunoaşte acel tip consacrat de metaforă structurală în care termenul comparat ocupă poziția de subiect, iar comparantul face parte din predicat, ca nume predicativ (v. *Viața e o luptă., Căsnicia e o loterie., Meseria e brățară de aur.* etc.). Termenul comparat, *timpul,* nu este echivalat ca sens cu comparantul *bani*, ca în metafora sursă, ci, ținându-se cont de spiritul limbii țintă, este definit ca mărime ce se măsoară în *bani*, aşa cum se face cu orice marfă într-un schimb comercial. Se creează astfel o structură atipică pentru o metaforă, în care comparantul apare ca obiect al verbului predicat în interiorul unei definiții metaforice. Realitatea ce generează analogia metaforică nu mai este descrisă static, pentru a ilustra echivalența entităților puse în relație, ci dinamic, printr-un verb de acțiune ce leagă comparatul de comparant.

Varianta *Timpul costă bani.* atestă posibilitatea de reprezentare plastică a timpului, care poate fi obiectul unei tranzacții în beneficiul sau în paguba gestionarului său. Antrenarea a două lexeme din sfera semantică a comerțului, *a costa* şi *bani,* demonstrează deformarea sensului originar al metaforei în discuție. Echivalența dintre *timp* şi *bani*, care devenea valabilă în condițiile neglijării unor diferențe esențiale dintre cele două concepte puse în relație, va fi fost prea şocantă pentru primul traducător al expresiei, care, pentru o transpunere cât mai apropiată de litera limbii sursă se putea servi, dacă nu de copulativul *a fi*, cel puțin de verbul *a însemna.* **Timpul înseamnă bani.* ar fi fost o construcție absolut în spiritul limbii române.

Acesta a atenuat însă ceva din duritatea mesajului, orientând sensul metaforei spre un domeniu de activitate în care era firească raportarea noțiunii de *timp* la cea de *bani.*

Din sfera comerțului, acest clişeu ce reflectă o modalitate de a gândi *timpul* în maniera în care este gândit *banul* se extinde şi în domeniul prestațiilor de servicii, unde orice activitate umană se plăteşte în funcție de durata desfăşurării ei: v. plata zilierilor în agricultură, industrie etc., v. plata cu ora în învățământ şi în medicină, v. salariile orare sau săptămânale în lumea

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

occidentală şi chiar tarifele telefonice pe minute sau secunde, bugetele anuale în economie etc.

Toate acestea sunt practici sociale uzuale, în care se obişnuieşte ca principalul criteriu al evaluării muncii prestate să nu fie calitatea, eficiența, moralitatea etc., ci ... *timpul* în care se execută o anumită activitate.

De ce românii au preferat să introducă această propoziție metaforică prin filiera profesională? Probabil pentru că, atunci când s-a pus pentru prima oară problema traducerii ei, românii nu erau pregătiți să înțeleagă o asemenea echivalență. O percepție mercantilă a timpului era străină la acea dată sufletului românesc, fapt demonstrat de existența a numeroase expresii frazeologice care împiedică goana după timp: *N-au intrat zilele-n sac., Ho, că nu dau turcii / nu dau tătarii / nu arde., Până te măriți îți trece., Las' că ai / are vreme.* etc. Nici banul nu era la loc de cinste (v. *Banu-i ochiul dracului., Nu haina îl face pe om., Să fii domn e o-ntâmplare, să fii om e lucru mare* etc.)

Într-o lume ce nu cunoştea tirania banului, timpul era privit cu mai multă lejeritate. Pentru primul traducător a fost nevoie de un artificiu în formula de egalizare a *timpului* cu *banii*. Ca mesajul să poată fi receptat, el trebuia plasat într-un context adecvat, într-o ordine de fapte în care recomandarea *timpului* ca marfă cu un preț foarte mare să nu surprindă, ci să fie credibilă. E limpede că pentru cei ce au enunțat această propoziție metaforică, *timpul* era deja la fel de prețios ca *banii*, fiindcă ei aveau deja experiența pozitivă a *banului,* pe care au asimilat-o ca intensitate emoțională experienței *timpului.*

Următorul pas în acomodarea românilor cu semnificația metaforei *Timpul costă bani.* l-a constituit punerea în circulație a variantelor prefixate de precizarea:

Englezul spune / Englezii spun *că timpul costă bani.*, prin care se marchează apartenența acestei mentalități la o altă lume decât cea românească.

Nu numai englezii, ci occidentalii în general, au dedus din experiența cotidiană a *banilor* valoarea *timpului*. Văzând în timp doar perioada în care se fac bani, occidentalii au redus drastic pletora de semnificații a noțiunii de *timp.* Această operație se întâlneşte frecvent în cazul semnelor care apar în figuri. În comunicarea figurată, valoarea semiotică a cuvântului, conferită de locul lui în sistemul limbii, nu mai coincide cu cea semantică, precum în comunicarea obişnuită. Plusul de valoare semantică este invers proporțional cu gradul de valoare semiotică. Cu alte cuvinte, cu cât conotația creşte şi efectul stilistic este

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

mai intens, cu atât scad şansele de actualizare a semnului în deplinătatea lui semiotică.

Astfel, în structura metaforică ***Timpul costă bani.*** nu mai putem identifica valoarea denotativă a semnului *timp.* Dintr-o convenție socială cu un conținut abstract, timpul a devenit o entitate concretă, cu un statut preponderent material, nu doar asemănător, ci identic cu cel al *banilor*.

De la romani la occidentalii epocii moderne, accentul s-a mutat în perceperea *timpului* dinspre teama scurgerii lui iminente spre teama de a nu-l irosi. Totuşi, distanța față de dictonul latinesc *Fugit ireparabile tempus*. nu este foarte mare în planul semnificațiilor, fiindcă, dincolo de convingerea că fiecare diviziune a timpului îşi are prețul său exprimat în *bani*, se întrevede şi ideea că dispunem de foarte puțin timp, că nu avem şansa de a recupera timpul pierdut, motiv pentru care trebuie să îl folosim judicios, inteligent.

Metafora *Time is money. / *Timpul înseamnă bani.* presupune, după părerea sociolingviştilor americani Lakoff şi Johnson, o structură logică de adâncime în care un rol decisiv îl au asocierile metaforice de tip subcategorial ***Timpul este o resursă limitată.*** şi ***Timpul este o marfă prețioasă.*** Aceste asocieri generează o adevărată rețea metaforică al cărei mesaj social se compune din implicații logice, reflectate lingvistic:

1. #***Timpul este o resursă limitată. #*** → *Ai două minute pentru mine?, Am pierdut atâta timp până l-am făcut să priceapă ce greşise.*

#Resursele materiale sunt prețioase. # → *Vă mulțumesc pentru timpul acordat.*

2. #***Timpul este o marfă prețioasă. #*** → *Repararea frigiderului m-a costat o seară întreagă.*

#Marfa prețioasă se evaluează în bani. # → ***Timpul înseamnă (costă) bani.***

În viziunea celor doi autori americani, „implicațiile metaforice pot caracteriza un sistem coerent de concepte metaforice, dar şi un sistem coerent de expresii metaforice corespunzătoare acestor concepte“[17].

[17] G. Lakoff, M. Johnson, *op. cit.,* p. 19.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

Însuşirea noţiunii de timp prin intermediul celei de bani justifică apariţia în limba română a unor asemenea implicaţii metaforice, realizate prin simpla înlocuire în expresii uzuale a semnului *bani* cu semnul *timp*:

*A nu avea **bani** pentru ceva / A nu avea **timp** pentru ceva*
*A fi în criză de **bani** / A fi în criză de **timp***
*A economisi **bani** / A economisi **timp***
*A irosi **bani** / A irosi **timp***
*A pierde **bani** / A pierde **timp***
*A-l costa ceva **bani** / A-l costa ceva **timp***
*A câştiga **bani** / A câştiga **timp***
*A trage de **bani** / A trage de **timp***
*A investi **bani** în ceva / A investi **timp** în ceva* etc.

Goana după *bani* înseamnă consum de *timp*. Orele suplimentare, normele duble, gărzile, în general programul de lucru prelungit, sunt mari devoratoare de timp, dar aduc executorilor lor un surplus de bani.

Românul intrat în capitalism nu se dă înapoi de la asemenea practici, dovedind că şi-a însuşit semnificaţia profundă a sentinţei metaforice *Time is money.*, percepându-i mai degrabă sensul denotativ decât conotaţiile, în plin proces de globalizare. El este dispus să-şi investească resursele temporale pentru a ajunge, pe o cale încă necompromisă, la banii mult râvniţi. Emoţia provocată de posesia banului pare să fie pentru el mai puternică decât avertismentul că dispune de un timp limitat. De aceea, sporul financiar îl preocupă mai mult decât menajarea propriei fiinţe (prin reducerea consumului energetic în vederea prelungirii propriei vieţi, de pildă).

Atingerea scopului de a face bani este privită atât de individ, cât şi de societate, ca un succes şi este conotată pozitiv, drept câştig social, în timp ce neatingerea acestei finalităţi este văzută ca insucces şi conotată negativ, drept pierdere socială.

La cei doi poli ai aprecierii axiologice: pozitive (câştig) şi negative (pagubă) putem dispune serii distincte de unităţi frazeologice, adesea antonimice, care redau reverberaţiile acestei metafore în comunitatea românească:

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

a. ***Apreciere pozitivă → câştig = succes social***

a investi timp în ceva
a economisi timp
a câştiga timp
a se încadra în timp
a-şi drămui timpul
a acorda timp cuiva
a dispune de timp
a profita de timpul liber / avut la dispoziţie
a-şi face timp pentru ceva / cineva
a-şi organiza bine timpul
a gestiona bine timpul
a recupera timpul pierdut etc.

b. ***Apreciere negativă → pagubă = insucces social***

a pierde timpul cu ceva / cineva
a cheltui prea mult timp cu ceva
a-l costa prea mult timp
a irosi timp
a fi în criză de timp
a nu se încadra în timp
a fi presat de timp
a nu avea timp etc.

Din perspectiva manifestării lingvistice a unei gândiri colective, reţeaua de expresii care susţine orientarea axiologică, la două capete, respectiv cel de succes şi cel de insucces, a metaforei *Time is money*. reflectă operaţionalizarea noţiunilor de câştig şi de pagubă materiale în decodarea idiotismelor referitoare la timp.

Percepută abia în ultima vreme de către români în varianta literală *Timpul înseamnă bani.*, această metaforă a cotidianului impune un comportament social care să ţină seama de semnificaţia ei de adâncime: nu numai că timpul bine exploatat aduce bani, ci el este la fel de valoros ca banii. În consecinţă, şi

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)

românul în contextul actual trebuie să se comporte astfel încât să aibă o experiență „mercantilă“ a timpului, să ajungă la succes social în utilizarea acestei resurse. Altfel, îl *costă...* (Nesăbuința îl *costă...* Aici metafora este concentrată în cuvânt. Dar asta vom vedea cu alt prilej ce ar putea însemna).

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1) Bougnoux, Daniel, *Introducere în ştiinţele comunicării,* Iaşi, Editura Polirom, 2000.
2) Bucă, M., *Dicţionar de metafore,* Bucureşti, Editura Vox, 2003.
3) Coteanu, I., *Stilistica funcţională a limbii române (stil, stilistică, limbaj)*, Bucureşti, Editura Academiei, 1973.
4) Fontanier, P., *Figurile limbajului*, Bucureşti, Editura Univers, 1977.
5) Iordan, I., *Stilistica limbii române*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică, 1975.
6) Irimia, D., *Structura stilistică a limbii române contemporane,* Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1986.
7) Lakoff, G., Johnson, M., *Les métaphores dans la vie quotidienne,* Paris, Les Éditions de Minuit, 1985.
8) Laurent, Jenny, *Rostirea singulară,* Bucureşti, Editura Univers, 1999.
9) Molinié, G., *La stylistique*, ed. a II-a, Paris, Presses Universitaires de France, 1991.
10) Plett, Heinrich F., *Ştiinţa textului şi analiza de text (Semiotică, lingvistică, retorică*), Bucureşti, Editura Univers, 1983.
11) Ricoeur, P., *Metafora vie,* Bucureşti, Editura Univers, 1984.
12) Slave, Elena, *Metafora în limba română*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică, 1991.
13) Tamba Mecz, Irène, *Le sens figuré,* Paris, Presses Universitaires de France, 1981.
14) Tohăneanu, G. I., *Dicţionar de imagini pierdute,* Timişoara, Editura Amarcord, 1995.
15) Vianu, T., *Problemele metaforei şi alte studii de stilistică,* Bucureşti, Editura de Stat pentru Literatură şi Artă, 1957.

BDD-V1877 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 01:16:02 UTC)