Din universul proverbelor româneşti: elemente de analiză etnolingvistică

Dragoş Vlad TOPALĂ

Fără intenţia de a reproduce una dintre numeroasele definiţii date proverbului[1], am reţinut pentru început câteva trăsături esenţiale ale acestuia: proverbul se identifică cu o formulă lingvistică concisă (rolul mnemotehnic nu poate fi ignorat în acest caz), având structuri sintactice stabile, uşor de inventariat, şi un lexic polisemantic, puternic metaforizat, care exprimă în ansamblu rodul unei experienţe ancestrale de viaţă. Înţelegerea completă a unui proverb se realizează numai prin analiza interdisciplinară, care să includă elemente din diverse discipline: folclor, antropologie, psihologie, lingvistică, sociologie, logică, istorie. Din această perspectivă, putem justifica titlul lucrării noastre, deoarece *etnolingvistica* implică studiul limbii în contextul cultural în care este utilizată.

Proverbele reprezintă un material cultural extrem de diversificat şi de sofisticat, care ridică probleme de clasificare. În paremiografia românească, metoda clasificării tematice a fost iniţiată de I. A. Zanne, care a alcătuit un sistem de opt categorii, împărţite în clase subordonate care reduc gradul de generalizare; de exemplu, categoria *natura fizică* îşi subordonează clase precum *an*, *anotimpuri astre*, *zile*, *sărbători*, *timp*, *metaluri*, *pietre*, *plante* etc. (se observă principiile abordării onomasiologice). Asemenea clasificări sunt utile, însă, fiind făcute în funcţie de cuvinte-cheie sau de bază, nu cuprind valoarea conotativă a unor termeni din proverb şi, în consecinţă, demonstrează „imposibilitatea de a extrage un termen-titlu cu valoare generală"; astfel, întrebări de genul: în ce categorie se încadrează proverbul „buturuga mică răstoarnă carul mare", fiind evident că nici *buturuga* nu însemnă „buturugă" nici *carul* – „car"?; sau: se poate utiliza clasa „acţiuni umane" pentru proverbul „unde dai şi unde crapă"? sunt legitime (Tabarcea 1982: 63). Observând dificultatea majoră de a realiza un indice tematic al proverbelor, G. Muntean remarca riscul unui asemenea demers, în sensul că orice proverb poate să fie „pulverizat" inexpresiv „într-un număr nesfârşit de teme" (Muntean 1966: 373). Preluând aparatul teoretic propus de P. Ruxăndoiu pentru analiza proverbelor (bazat în principal pe termenii *microcontext*, *macrocontext*, *context genetic*, *context generic*[2]), C. Negreanu are ca punct de plecare *conceptul* şi reţeaua de elemente care

[1] Menţionăm că, în cadrul acestui studiu, nu am făcut distincţia terminologică şi analitică între proverb şi zicătoare.

[2] Fără a intra în detalii teoretice, precizăm următoarele: P. Ruxăndoiu porneşte de la distincţia metodologică a lui Riffaterre între *microcontext* („organizarea interioară a proverbului, organizare în care semnificaţia particulară a unui cuvânt depinde de semnificaţia celorlalte cuvinte", identificabil cu proverbul însuşi) şi *macrocontext* („cazul concret la care este aplicat proverbul într-un discurs verbal dat"); pe lângă cele două tipuri de contexte (*lingvistic* şi *situaţional*), Ruxăndoiu introduce *contextul*

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

îl delimitează; autorul consideră că „proverbele aparţinătoare aceluiaşi concept se încadrează în ceea ce am numit *etnocâmp*, care, în această situaţie, este identificabil cu *câmpul conceptual* (cu precizarea că numai în cazul proverbelor poate exista identitate între *câmpul conceptual* şi *etnocâmp*)" (Negreanu 1983: 39). Pentru realizarea demersului nostru, ne-am însuşit termenul *etnocâmp*, întrucât considerăm că acesta are o largă aplicabilitate în domeniul analizei paremiologice şi al tehnicii paremiografice, în comparaţie cu clasificarea tematică. Diversitatea analizei *câmpului* reiese din încercarea de a-l delimita „prin determinanţii *lingvistic*, *lexical*, *semantic*, toţi în relaţie cu câmpul *conceptual*"; câmpurile sunt „modalităţi de clasare a cuvintelor dintr-o limbă […], cuvinte care exprimă un sistem de idei, ceea ce oferă principiul obiectiv al segmentării vocabularului" (*DŞL* 2005: 101). Primele descrieri ale câmpului (realizate de lingviştii germani în prima parte a secolului al XX-lea) vizează câmpurile *conceptuale*: se realizează o schemă conceptuală a unui domeniu, caracteristică unei anumite societăţi, aşa cum reiese din datele lingvistice, etnografice, antropologice, pe baza cărora se stabileşte aria conceptelor acoperite de un cuvânt sau un grup de cuvinte. Demersul de acest tip este eterogen, asfel încât s-a realizat ulterior delimitarea lingvistică a metodei în direcţia analizei relaţiilor unui cuvânt (câmpurile *onomasiologice*) sau ale mai multor cuvinte (câmpurile *semasiologice*). În concluzie, câmpurile *lexicale* desemnează arii în interiorul unui câmp *conceptual*, acesta fiind structurat prin diferite câmpuri lexicale decupate într-o secvenţă din istoria unei limbi (cf. *DŞL* 2005: 101-102).

În cadrul proverbelor româneşti există numeroase etnocâmpuri, care, în ansamblul lor, exprimă specificul naţional al poporului român. Etnocâmpurile nu există în mod izolat, independent, ci se află într-o relaţie complexă de interdependenţă, oferind informaţii şi caracterizări complexe de ordin moral, psihologic, antropologic, social, mitologic, economic, estetic şi cultural, filozofic, logic etc. Oferim câteva exemple ale celor mai reprezentative etnocâmpuri ale paremiologiei autohtone: *adevăr, cinste, cunoaştere, demnitate, educaţie, faună* şi *păsări* (simbolistica animalelor şi a păsărilor)*, ironie, înţelepciune, prietenie, soartă, timp* (cf. Negreanu 1983: 9). Pentru analiza noastră, am identificat şi am propus două etnocâmpuri complexe: ***ierarhia socială*** şi ***culorile*** [3]. Precizăm că, deşi se aplică unor clase de sensuri specifice (câmpuri, antonime, sinonime), analiza semică nu poate aduce, în cadrul etnolingvisticii (care implică oricum o altă abordare teoretică şi metodologică), beneficii reale, astfel încât am evitat orice referire la această metodă.

Viziunea socială, fundamentală în cadrul folclorului românesc, se bazează pe societatea tradiţională rurală, de tip feudal, care este conservatoare, puternic

genetic („determinare iniţială a sensului, care se mai păstrează sau nu în conştiinţa colectivă, dar de explicitarea căruia depinde înţelegerea integrală şi profundă a mesajului"), respectiv *contextul generic* („neverbalizat, care selectează şi închide întreg şirul de macrocontexte posibile şi determină valoarea semnificativă a proverbului") (Ruxăndoiu, *apud* Negreanu 1983: 37-38; Tabarcea 1982: 112-113).

[3] Toate proverbele citate au fost preluate din culegerea *Apa trece, pietrele rămân. Proverbe româneşti*, realizată de G. Muntean; proverbele sunt înregistrate alfabetic, iar la sfârşitul volumului există un „Indice tematic" (373-439). Taxonomia se bazează deci pe clasificarea tematică, care este extrem de amănuţită; în unele cazuri, dacă schimbăm abordarea teoretică şi terminologică în sensul celor precizate anterior, unele *teme* pot fi recuperate din perspectiva *etnocâmpurilor* (este cazul celor două etnocâmpuri alese).

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

stratificată social, dispusă antagonic şi cu numeroase zone de segregare, astfel încât ***ierahia socială*** reprezintă un concept bine conturat în cadrul paremiologiei autohtone. Acest etnocâmp (Muntean 1966: 400-402) include un număr foarte mare de proverbe (circa 500 de proverbe), întrucât câmpul conceptual este extrem de vast şi de diversificat.

La nivelul lexicului, am constatat existenţa unei terminologii specializate (spre deosebire de alte etnocâmpuri). Este vorba, în primul rând, de indicarea claselor sociale: „a fi chiabur cu trei cămăşi" (formula este realizată prin aşa-numitul superlativ stilistic, prin care se indică rapacitatea, lăcomia); „dreptatea-i cum o fac domnii"; „opinca e talpa ţării" (metonimia „opincă" pentru „ţăran"); „ţărănimea e talpa casei"(variantă a proverbului anterior); „răzeş c-un sac de hârtie/ şi-un petic de moşie"; „ştie mocanul/ ce e şofranul ?/ când îl vede pe tavă/ gândeşte că e otravă"; „vai de boierul ce se roagă mojicului"; „ciocoiul este ca răchita, de ce-l tai de ce răsare"; „de la vlădică/ până la opincă" (cu sensul „din toate clasele sociale"[4]); „Dumnezeu să te ferească de român ciocoit şi de ţigan boerit"; „noi boiernaşi,/ vechi coţcaraşi". Unele proverbe sancţionează nepotismul, favoritismul, accesul preferenţial la instituţii (terminologia include, în general, nume de rude, nume ale unor demnităţi sociale, ecleziastice şi militare): „a fi ca nepotul mitropolitului între oi"; „a fi fata banului, sora căpitanului"; „am înţeles/ cine poartă fes"; „am un frate cât un domn,/ şi-un cumnat/ cât un împărat"; „a fi (a sta) după spatele lui Dumnezeu"; „cine n-ar vrea să fie ban?"; „a avea nas/ la poliţie"; „a-i aşterne un pod de argint"[5]. În cultura românească populară, două personaje, *popa* şi *naşul*, au un statut social privilegiat, exprimat ca atare: „popa are mână de luat nu de dat"; „popa până şi-n pridvor/ cată să aibă izvor"; „la naşu un braţ de lemne şi ard toate,/ şi la noi unu şi nu arde nici ăla"; „naşul botează,/ naşul cutează". Analizând diverse proverbe despre preot, I. Adam arată care este percepţia şi mentalitatea populară referitoare la acest personaj: „burtă de popă" (sintagma ironizează „rotunzimile abdominale, fruct al nemuncii", care „sunt obligatorii în portretul profesioniştilor mântuirii"; expresia desemnează pe cineva „care mănâncă şi bea mult"); „a-şi găsi popa" (proverbul indică „o treptată acomodare a ţăranului cu oficiantul cerului, căruia nu-i mai reproşează de la o vreme nemunca", popa, ca om instruit, fiind propus drept un model de isteţime al comunităţii, care nu poate fi înşelat, amăgit) (Adam 2007: 156-158). Expresii precum „a-şi găsi naşul", cu sensuri multiple („a da de cineva care să-l pună la punct"; „a-şi găsi stăpânul"), folosite în situaţii foarte variate, demonstrează autoritatea naşului (de botez şi de cununie) asupra finilor[6].

[4] Este important să menţionăm că multe proverbe se regăsesc în marile dicţionare explicative ale limbii române sub forma expresiilor şi a locuţiunilor, ceea ce demonstrează impactul pe care îl are fondul paremiologic asupra limbii. Toate informaţiile de natură semantică sau frazeologică au fost preluate din *DEXI* (citatele sunt integrale, selective sau adaptate, fără a mai indica paginile), cu excepţia altor menţiuni bibliografice.

[5] Podul (care poate fi din aramă, argint, aur, aramă, fier, cristal, diamant) este locul de trecere dintr-o lume într-alta (cf. Taloş 2001: 120); metafora „pod de argint", bazată pe un simbol al basmului, este reconvertită din punct de vedere semantic prin schimbarea conotaţiei, intrând în structura unui proverb de observaţie sociologică.

[6] Această autoritate, bine conturată în concepţia populară, are la bază obiceiuri străvechi, dispărute, precum serviciile conjugale pe care le făcea mirelui impotent (de obicei în secret faţă de mireasă şi de

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

Proverbele care aparţin acestui etnocâmp denunţă sau definesc şi alte aspecte sociale, precum: promovarea, ascensiunea pe scara socială (nemeritat): „azi mlădiță de tufan,/ mâine coadă de ciocan” (*tufan* „bucată de lemn”); „s-a suit scroafa-n copac”; „azi Stan,/ mâine căpitan”; decăderea, regresul pe scara socială: „ajunge din vlădică popă” (*vlădică* „arhiereu”, „episcop”, „mitropolit”); „ajunge din cal măgar/ şi catâr din armăsar”; „a avea bogăţiile lui Por împărat” (proverbul, greu de decodat, sugerează în opinia noastră pierderea bruscă a statutului social înalt, prin ignorarea unor reguli şi principii fundamentale[7]); impostura socială, deţinerea nemeritată a unor funcţii importante, infatuarea: „ţiganul când s-a văzut împărat/ întâi pe tată-său l-a spânzurat”; „a fi fecior de ghindă/ fătat în tindă”[8] („om necioplit”, „om care pretinde că este din neam mare”); egalitatea socială (în sensul unui nivel scăzut): „râde ciob de oala spartă”; „râde rupt de cârpit”; puterea, influenţa: „a fi cheia şi lăcata cuiva”; „a fi alfa şi omega” (proverbul are origine cultă, aşa cum demonstrează termenii componenţi[9]); „a fi sfântul zilei”; „a fi tare ca cetatea”; ierarhia în cadrul familiei tradiţionale româneşti (de tip patriarhal): „bărbatul este cheia (stâlpu) casei”; poziţiile inferioare în societate: „a fi a cincea roată la car (căruţă)”; „a fi slugă la un măgar”. De asemenea, sunt indicate mediile sociale (mediul urban opozabil celui rural): „decât codaş în oraş/ mai bine în satul tău fruntaş”; „acum tâlharii nu mai sunt la pădure, ci prin oraşe”; rolul liderilor (responsabili): „o turmă şi un păstor”.

Cel mai frecvent (şi eficient) mijloc de indicare a statutului social înalt rămâne *calul*. Acest animal are un rol important în conştiinţa şi mitologia universală[10]. Importanţa calului rezultă din numărul mare de expresii şi proverbe construite în

oamenii din sat) un alt flăcău, care avea să devină astfel naşul copilului familiei respective (cf. Dumistrăcel 1997: 150).

[7] Referinţa culturală a proverbului poate fi interpretată din perspectivă sociologică. Legenda spune că Por împărat nu i-a chemat intenţionat la nunta fiicei sale pe preoţi, care l-au pedepsit prin post şi rugăciune; când nuntaşii s-au aşezat la masă, nori de lăcuste au invadat masa, iar oaspeţii s-au scârbit şi au murit, nunta fetei de împărat transformându-se într-o mare înmormântare (cf. Taloş 2001: 120).

[8] Expresia apare la Creangă, în *Harap Alb*, când Gerilă le reproşează cu tâlc tovarăşilor săi, nemulţumiţi de găzduirea oferită de Împăratul Roş, că au dormit adesea „în stroh şi pe târnomată” (aşternutul din adăposturile animalelor) şi, prin urmare, nu pot protesta, ca şi cum ar fi persoane simandicoase: „oare nu cumva v-aţi face şi voi, nişte feciori de ghindă, fătaţi în tindă, că sunteţi obraze subţiri!” (cf. Dumistrăcel 1997: 95-96). Pe de altă parte, *ghinda* sau *trefla* (*spatia*) de la cărţile de joc a fost asociată cumva cu ideea de neseriozitate, impostură, chiar delicvenţă; alte expresii, culese din *DEXI*, vin să confirme această idee: „a se face miel de ghindă” („a fi lipsit de caracter”); „crai de ghindă” („haimana, pungaş, derbedeu”).

[9] Mai exact, este o expresie care şi-a pierdut paternitatea culturală, fiind asimilat proverbelor (culturii orale) prin intensa circulaţie; expresia „«a fi alfa şi omega» e echivalentă cu «a fi cheia şi lăcata» sau «a fi pâinea şi cuţitul», adică: a fi tot, un om care ţine în mână toate şi dispune de toate, un factotum” (Berg 1968: 28).

[10] „Mitologizarea şi sacralizarea calului este explicabilă prin revoluţia cu totul deosebită pe care a produs-o după domesticire acest animal inteligent şi fidel în existenţa militară, economică, agrară, cinegetică şi de comunicaţii a societăţii omeneşti” (Kernbach 1989: 97). Folclorul românesc surprinde solidaridatea dintre călăreţ şi cal: în basme, calul se lasă călărit numai de stăpânul său, fiind confidentul şi sfătuitorul eroului în momente grele; în ghicitori, calul şi călăreţul sunt contopiţi: „pe drum merge şi se grăbeşte,/ unde încet, unde mai iute;/ urechi patru şi ochi patru,/ iară unghii douăzeci şi patru” (Adam 2007: 58-59); unele proverbe exprimă legătura psihologică intrinsecă a relaţiei: „calu-i gândul omului” (diverse legende arată că Dumnezeu a creat calul pentru ca omul să-şi poată duce mai repede la îndeplinire gândurile; cf. Taloş 2001: 27).

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

jurul său. Psihologia călăreţului este diferită de aceea a pedestraşului, în sensul că implică sentimentul de mândrie, de superioritate (cf. Adam 2007: 59): „cel călare nu crede celui pe jos"; „cine n-are cal/ să urce pe jos la deal"; „de cel călare să nu-ţi fie milă când îi atârnă picerele"; „calu bun şi nevasta frumoasă îţi pun capu". Ierarhia socială este indicată în mod sugestiv prin metafora animalieră (care vizează stabilirea sau alterarea ierarhiei sociale): „când e bolnav leul, iepurii îi sar în spinare"; „când pisica nu-i acasă/ şoarecii joacă pe masă"; „când se iveşte lupul, vulpea îşi caută gaura"; „cocoşul şi sub covată tot cântă"; „porcului să nu-i pui belciug de aur în nas"; „peştele cel mare înghite pe cel mic"; „şarpele până nu-l calci pe coadă, nu se-ntoarce să te muşte". Statutul social poate fi indicat prin cele mai surprinzătoare mijloace, de exemplu, metonimic, prin încălţăminte: „cel încălţat cu papuci nu-l cunoaşte pe cel cu opinci". Câteva proverbe au referinţe istorice concrete: „Belu beleşte,/ Golescu goleşte,/ Manu jupuieşte" (proverbul, care sugerează că persoanele cu funcţii sunt puse pe căpătuială, face aluzie la boierii cu acest nume, care, fiind demnitari în timpul domnitorului Caragea, erau renumiţi ca exploatatori); „i-a crescut nasul cel tăiat" (aluzie la obiceiul feudal de a cresta nasul conspiratorilor pretendenţi la domnie, pedeapsă prin care erau scoşi pentru totdeauna din competiţie; sugerează, cu alte cuvinte, insistenţa unor persoane compromise de a fi în prim planul vieţii sociale).

Multe proverbe sunt construite conform principiului binarismului, bazat pe cuplurile antonimice[11], prin care se concentrează informaţia, cu valoarea adevărului universal. Cele mai frecvente opoziţii antonimice, din perspectiva raporturilor logico-semantice, sunt: *mare – mic, bogat – sărac, stăpân – slugă* (antonimie graduală, realizată prin perechi care exprimă noţiuni polare, dar care pot avea şi un termen neutru, de tipul *mare – mijlociu – mic*), *sus – jos, suie – coboară* (antonimie vectorială, care, la nivel denotativ, exprimă acţiuni orientate în direcţii opuse), ce se regăsesc în proverbe precum: „cei mari pe cei mici picerele şi le şterg"; „bogatul a greşit şi săracul îi cere iertăciune"; „stăpân nu poţi ajunge, dar slugă totdeauna"; „cine sare cam sus îndată cade jos"; „puţini suie, mulţi coboară".

Etnocâmpul ***culorilor*** (Muntean 1966: 385) include un număr mult mai mic de proverbe (60). El se bazează pe simbolistica exprimată prin culori (care au conotaţii sociale pregnante[12]), arhiprezentă în folclorul românesc, însă mai slab reprezentată la nivelul proverbelor. Regăsim aici principiul binarismului, exprimat antonimic. Predomină culorile negru şi alb, prezente fie în relaţii opozabile fie în construcţii simbolice independente. Astfel, această paletă duală de culori exprimă,

[11] Regăsim aici caracteristicile esenţiale ale *microcontextului*, considerat parte integrantă a procedeului stilistic, care pot fi sintetizate astfel: „funcţia structurală, ca pol al unui grup binar ale cărui componente se opun între ele; ineficienţa în absenţa celuilalt pol; limitarea în spaţiu în funcţie de celălalt pol. În cadrul decodării, perceperea şi delimitarea microcontextului se face prin perceperea contrastului" (Panaitescu 1994: 41).

[12] „Dintre conotaţiile de acest tip, cu un caracter social mai larg, se pot menţiona cele caracteristice unor culori: *negru* are conotaţii privind tristeţea, moartea, doliul în numeroase limbi romanice; *verde* are o conotaţie relativ generală (de ex. în Europa, dar nu şi în China) privind codul rutier, unde înseamnă «liber, permis»; în română, *verde*, în anumite contexte desemnând persoane, cum ar fi *bătrân*, *bărbat* are conotaţia «puternic, viguros»" (*DSL* 2005: 133-134). Pentru comparaţie, vezi două etnocâmpuri vaste: *faună* şi *păsări* (simbolistica animalelor şi a păsărilor), respectiv *flora* (simbolistica plantelor).

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

după caz (variaţia contextuală şi conotativă este extrem de accentuată): antiteza, antagonismul: „în pământul negru se face pâinea albă”; „dracul alb mănâncă p-ăl negru”; supărarea extremă: „a-i fi negru înaintea ochilor”; zgârcenia: „a-şi mânca negrul de sub unghie”; economia, chivernisirea: „strânge bani albi pentru zile negre” (cu varianta „bani buni pentru zile negre”); indiferenţa: „albă, neagră, asta e”; contradicţia, incertitudinea: „ba e albă,/ ba e neagră”; denaturarea, falsificarea realităţii: „face albul negru şi negrul alb”; exprimarea ambiguă, duplicitară: „a nu vorbi neagră, nici albă”. De asemenea, culoarea neagră este sugerată prin *corb*: „corbul în zadar se spală, că negreaţa nu şi-o pierde” (cu referire la origine, moravuri, comportament). Cele două culori apar ca determinanţi ai numelui *cal/iapă*: „ce mi-e drag mie pe lume?/ calul negru plin de spume” (sensuri multiple, greu de inventariat); „iapă albă-mi trebuia,/ că cea neagră nu trăgea” (proverbul semnifică existenţa unor necazuri suplimentare, adăugate la cele vechi; conform concepţiei mitologice, calul a fost „spurcat”, întrucât a fost încălecat de o femeie, astfel încât *iapa* semnifică necazul, ghinionul[13]); „la cal alb şi la văduvă să nu slujeşti” (*calul alb* – în alte proverbe, „cal bălan” – , personaj al basmelor şi al lumii fantastice, semnifică incertitudinea, duplicitatea, dar şi moartea, ca simbol funerar; asocierea cu văduva este sugestivă: aceasta, în concepţia tradiţională, primitivă are un statut social ingrat – acela al femeii fără bărbat). Nuanţele, amestecul dintre alb şi negru, sunt reprezentative pentru cultura noastră populară, de sorginte mioritică: „că-i laie,/ că-i bălaie,/ ba una,/ ba alta”[14]; „face din lână laie, lână albă” (*laie* „negru; negru-cenuşiu – despre lână –”, iar *bălai, -e* „cu părul alb; bălan – despre animale –”). Albul apare în cadrul unui proverb foarte interesant, care, în opinia noastră, face trimitere la fenomenul numit *graffîti*, manifestat în mediul urban: „zidul alb e hârtia nebunilor” (proverbul este o creaţie a culturii populare urbane; asemenea acţiuni sunt astăzi tolerate de opinia publică, însă considerate vandalice la data conceperii proverbului, dată reperabilă într-o cronologie recentă[15]). Unele proverbe au conotaţii rasiste: „după ce e neagră o mai cheamă şi Neaga” (în limbajul popular, *neaga* este o „persoană încăpăţânată, rea”, aşa-zisul defect fizic, „neagră”, fiind combinat cu un defect real, de ordin moral); „pe arap, cât de mult îl vei spăla

[13] „În sistemul mitologiei populare româneşti, calul se individualizează prin structura profund contradictorie a atributelor sale fundamentale, prin caracterul tensionat şi ambiguu al «predicatelor» care îi circumscriu sfera semantică”; această diversitate extraordinară de atribute se explică prin logica folclorică ce analizează calul din „perspective culturale şi prin criterii taxinomice diferite”. Referitor la proverbul citat, se crede că acest animal a fost „spurcat”, deoarece, în *illo tempore*, o femeie a îndrăznit să-l încalece; calul, între multe alte perspective, simbolizează animalul eroic şi viril, care exclude femininul: femeia călare este reprezintă alăturarea a două realităţi profund antinomice (Coman 1996: 47, 50). În consecinţă, iapa se suprapune pe acest model negativ, aducător de necaz şi ghinion.

[14] O variantă rafinată stilistic apare în *Harap Alb*: „că e laie,/ că-i bălaie;/ că e ciută/ că-i cornută” (Creangă, *apud* Adam 2007: 128).

[15] Fenomenul în sine este foarte vechi, elemente de *graffîti* (inscripţii şi desene executate prin zgâriere) fiind descoperite pe monumentele antice; în anii 1980, fenomenul a devenit o mişcare artistică, iniţiată în SUA, care constă în exprimarea artistică pe pereţii de pe străzi şi blocuri din cartierele populare, din staţiile de metrou etc.

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

tot negru va rămânea" (în acelaşi registru popular, *arap* înseamnă „arab", „om cu pielea şi cu părul de culoare neagră" sau reprezintă o poreclă dată ţiganilor[16]).

Proverbele construite în jurul altor culori sunt rare, însă foarte sugestive. Verdele apare în câteva construcţii, precum: „a avea inima verde" (expresie cu sensul „a fi vesel, voios" sau „a fi viteaz"); „cal verde şi grec cuminte nu s-a văzut" (*calul verde*, prin incompatibilitatea semantică a celor două cuvinte, sugerează un lucru imposibil); „cine la amor nu crede/ n-ar mai călca iarbă verde" (construcţia este de fapt un blestem, întrucât verdele, simbol dendrologic foarte puternic, semnifică culoarea vegetaţiei proaspete, natura; cf. Adam 2007: 182-184). Roşul apare în proverbe precum: „banul roşu nu se pierde lesne" (*ban roşu* sau „ban de aramă, monedă cu valoare foarte mică", cu alte cuvinte proverbul sugerează economia, banii câştigaţi cu trudă); „cal bătrân cu chingă roşie" (semnifică un lucru nepotrivit, strident, ridicol); „terchea-berchea,/ trei lei perechea,/ ciubote roşii" (am identificat sintagma *ciubote roşii* în trei expresii: „a umbla/ a se duce cu ciubote roşii" („a merge desculţ; a fi foarte sărac"); „a fi cu ciubote roşii" („a fi rar; a se găsi greu; a fi scump"); „a plăti ciubote roşii" („a plăti scump"); dacă preluăm sensul ultimelor două expresii, proverbul îl sancţionează, cel mai probabil, pe omul neserios, lipsit de merite, care are acces la lucruri scumpe[17]); „la Drăgăşani şi sfinţii sunt cu nasurile roşii" (aluzie ironică la alcoolismul provocat de specificul viticol al zonei). Nu am reuşit să decriptăm sensul proverbului „a căuta acul doamnei cu fir roşu" (am întâlnit câteva proverbe cu o semantică absconsă, greu de intuit, care oferă adevărata măsură a dificultăţii analizei paremiologice), în parte şi pentru că am folosit o bibliografie restrânsă. În fine, culoarea galbenă este folosită în descrieri fizice, de genul: „galben de gras,/ de-i curge untura pe nas".

Concluzii

Privit în mod unitar (ca unitate lingvistică încadrabilă într-un context), proverbul se înscrie obligatoriu într-o structură socială, antropologică, mitologică etc., fapt care orientează decodarea termenilor relativ precis. S-a formulat opinia că un anumit proverb nu se poate cita în orice situaţie, ci numai într-una care corespunde din punct de vedere extralingvistic conotaţiilor morale, etnice, istorice etc. ale proverbului (Tabarcea 1982: 34). Considerăm că polisemia termenilor, modificarea semantică în funcţie de context sunt aspecte care permit aplicarea conceptului de *unitate lexicală psiholingvistică (ULPl)*[18] în cadrul lingvisticii

[16] Proverbul este probabil o variantă a expresiei culte „a înălbi un arab", creată de filozoful grec Zenon, care ne-a parvenit indirect prin Cicero şi Plutarh, semnificând o încercare sortită eşecului, un lucru imposibil (Berg 1968: 26).

[17] Mai adăugăm, probabil fără legătură cu proverbul analizat, că, în Moldova, exista în Evul Mediu o taxă numită *ciubotă*, percepută de slujitorii domneşti de la împricinaţi.

[18] Noţiunea, care are o largă aplicabilitate în sfera comunicării, a fost introdusă de Tatiana Slama-Cazacu şi implică o prezentare amplă, pe care nu o putem rezuma aici; reproducem un citat minimal în raport cu complexitatea problemei: „ULPl sunt folosiri concrete, adesea individuale – dar ulterior pot trece în limbă – ale lexicului, în limitele normalităţii şi ale unei intenţii reale de comunicare. În sens larg, orice unitate lexicală, când este folosită de către un individ, devine o ULPl; dar în sens restrâns, considerăm ULPl folosirea individuală particulară a unui element lexical sau modificarea semnificaţiei sau a formei lexicale până la a crea noi forme (din două sau mai multe elemente existente în limbă) (Slama-Cazacu 1999: 566).

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

paremiologice. Aceste unităţi constau în fenomene lingvistice, condiţionate psihologic, precum: interpretări personale ale limbii (etimologia populară), exprimări provenite din anumite particularităţi de vârstă (cu referire la limbajul copilului), modificări ale limbii literare în cadrul procesului de creaţie al unui scriitor, modificarea semnificaţiilor în cadrul „limbii de lemn” (de exemplu, sloganurile cu intenţia de manipulare), titlul unui text (mai ales în jurnalistică) etc.; aceste *ULPl* provin dintr-o tentativă de „interpretare” a limbii sau pot reda utilizări cu „scopul particular de distorsionare a comunicării”, prin „clişee manipulatoare”, precum limba de lemn sau reclamele (Slama-Cazacu 1999: 566). În urma analizei noastre, am observat că această teorie se aplică în cazul proverbelor, din perspectiva opusă ideii exprimate de C. Tabarcea: putem afirma că proverbul (considerat un clişeu) reprezintă un mod de intervenţie individuală (*distorsionare*) în cadrul procesului comunicării, dovadă fiind diversitatea contextelor teoretic posibile şi, în consecinţă, variaţia extremă a conotaţiilor.

Bibliografie

Adam 2007: Ioan Adam, *Povestea vorbelor. O istorie secretă a limbii române*, Piteşti, Editura Paralela 45.

Berg 1968: I. Berg, *Dicţionar de cuvinte, expresii, citate celebre*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică.

Coman 1996: Mihai Coman, *Bestiarul mitologic românesc*, Bucureşti, Editura Fundaţiei Culturale Române.

DEXI = Dicţionar explicativ ilustrat al limbii române, coordonator ştiinţific Eugenia Dima, Editura Arc, Editura Gunivas, 2007.

DSL = Angela Bidu-Vrănceanu, Cristina Călăraşu et alii, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Bucureşti, Editura Nemira, 2005.

Dumistrăcel 1997: Stelian Dumistrăcel, *Expresii româneşti*, Iaşi, Institutul European.

Kernbach 1989: Victor Kernbach, *Dicţionar de mitologie generală*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Muntean 1966: *Apa trece, pietrele rămân. Proverbe româneşti*, ediţie îngrijită, prefaţă, glosar şi indice de George Muntean, Editura pentru Literatură.

Negreanu 1983: Constantin Negreanu, *Structura proverbelor româneşti*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Panaitescu 1994: Val. Panaitescu, coordonator, *Terminologie poetică şi retorică*, Iaşi, Editura Universităţii „Al. I. Cuza”.

Slama-Cazacu 1999: Tatiana Slama-Cazacu, *Psiholingvistica, o ştiinţă a comunicării*, Bucureşti, Editura All.

Tabarcea 1982: Cezar Tabarcea, *Poetica proverbului*, Bucureşti, Editura Minerva.

Taloş 2001: Ion Taloş, *Gândirea magico-religioasă la români. Dicţionar*, Bucureşti, Editura Enciclopedică.

De l’univers des proverbes roumains: éléments d’analyse ethnolinguistique

En appliquant les éléments de l’analyse ethnolinguistique dans le cadre de la parémiologie, on a étudié quelques aspects spécifiques des proverbes roumains. Le critère de séléction s’est basé sur *le ethnochamp* (notion qui inclut tous les proverbes spécifiques au

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)

même concept, dans l'acception de C. Negreanu). On a analysé deux ethnochamps (*l'hiérarchie sociale* et *les couleurs*) et on a constaté le rôle extrêmement important joué par le contexte et la connotation dans le cadre de la communication parémiologique, fait qui transforme, à notre avis, le proverbe dans une *unité lexicale psycholinguistique* (selon la terminologie de Slama-Cazacu).

Craiova, România

BDD-V386 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-31 17:03:14 UTC)