

UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI"
FACULTATEA DE LITERE
CLUJ-NAPOCA

SEMANTICA ȘI PRAGMATICA COGNITIVĂ A IDIOMURILOR
DIN LIMBA ENGLEZĂ CARE EXPRIMĂ EMOȚII

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC
PROF.UNIV.DR.
MIHAI MIRCEA ZDRENGHEA

DOCTORAND
LEU CORNELIA -MARIA

CLUJ-NAPOCA
2011

CUPRINS

INTRODUCERE	7
CAPITOLUL I. Metodologie	22
1. Ce este semantica cognitivă ?	22
Corpul uman în cadrul limbii	23
Întruchiparea	24
Structura conceptuală	25
Semantica enciclopedică	26
Reprezentările mentale	27
2. Ce este pragmatica cognitivă	27
Teoria Relevanței	28
Principiul Cooperării	29
Implicatura conversațională	30
Tiparele cognitive	31
Partea I. Semantica cognitivă a idiomurilor din limba engleză care exprimă emoții	32
Capitolul II. Aspecte ale Sensului	32
2.1. Obiective	32
2.2. Definiție și implicații teoretice	32
2.2.1. Sensul	32
2.2.2. Limba	35
2.2.2.1. Funcția descriptivă a limbii	36
2.2.2.2. Funcția socială a limbii	36
2.2.2.3. Funcția expresivă a limbii	37
2.3. Relația dintre sens și determinanții săi	38
2.3.1. Relația dintre sens și limbă	38
2.3.2. Relația dintre sens și cultură	39
2.3.3. Relația dintre sens și întruchipare	40
2.3.4. Relația dintre sens și emoții	41
2.3.5. Relația dintre sens și adevăr	42
2.3.6. Relația dintre sens și context	42
2.4. Sensul literal și figurativ	42
2.4.1. Sensul literal	43
2.4.2. Sensul figurativ	44
2.5. Sensul figurativ și emoțiile	46
2.5.1. Metaforele	49
2.5.2. Idiomurile	50
2.6. Idiomurile, între sensul literal și cel figurativ	55
2.7. Concluzii	59
Capitolul III. Idiomurile și Cultura	61
3.1. Obiective	61
3.2. Definiția culturii	62
3.3. Relația dintre limbă și cultură	65
3.4. Modelele culturale. Importanța lor în limbă și gândire	68
3.5. Frazologia, limbă a culturii	71
3.6. Abordări ale emotivității	75
3.6.1. Emoțiile și experiența	77
3.6.2. Emoțiile, fenomene culturale dinamice	78

3.6.3. Cultura, emoțiile și conceptul de “bunăstare”.....	83
3.6.4. Cultura și sensul social al emoțiilor.....	84
3.6.5. Concluzii.....	87
Capitolul IV. Caracterul idiomatic și Cunoașterea.....	88
4.1. Obiective.....	88
4.2. Structura cognitivă a limbajului idiomatic.....	90
4.2.1. Schemele mentale.....	90
4.2.2. Teoria metaforei conceptuale și idiomurile ce exprimă emoții.....	91
4.3. Reprezentări ale emoțiilor.....	96
4.3.1. Conceptualizarea idiomurilor.....	97
4.3.1.1. Conceptualizarea vieții.....	98
4.3.1.2. Conceptualizarea ființelor umane.....	100
4.3.1.3. Conceptualizarea corpului uman.....	102
4.3.1.4. Corelații între afect și gust. Corelații între afect și simțul tactil.....	113
4.3.1.5. Conceptualizarea problemelor zilnice.....	115
4.3.1.6. Semnificația prepozițiilor orientaționale “Up” și “Down” în viața cotidiană.....	117
4.3.2. Concepte ce denumesc emoții.....	122
4.3.2.1. Conceptualizarea furiei.....	122
4.3.2.2. Conceptualizarea fricii.....	129
4.3.2.3. Conceptualizarea tristeții.....	130
4.3.2.4. Conceptualizarea fericirii.....	131
4.3.2.5. Conceptualizarea iubirii.....	133
4.3.2.6. Emoțiile sunt culori.....	135
4.3.2.7. Stările de spirit sunt vreme.....	137
4.4. Domenii de manifestare a emoțiilor.....	138
4.4.1. Relațiile umane.....	142
4.4.1.1. Sistemele complexe abstracte sunt obiecte fizice.....	142
4.4.1.1.1. Emoțiile sunt plante. Oamenii sunt plante.....	142
4.4.1.1.2. Argumentul este război. Biroul este un câmp de luptă.....	144
4.4.1.1.3. Timpul este bani.....	146
4.4.1.1.4. Afectivitatea este contact fizic vs. Lipsa de afectivitate este distanță fizică.....	147
4.4.2. Activitatea umană, progres, succes și eșec.....	151
4.5. Gibbs și abordarea cognitivă a idiomurilor.....	154
4.5.1. Gibbs și analizabilitatea idiomurilor.....	157
4.5.2. Motivația sensului idiomatic în accepțiunea lui Gibbs.....	160
4.5.3. Metafora și interpretarea idiomatică.....	163
4.6. Concluzii.....	165
Partea aIIa. Pragmatica cognitivă a idiomurilor din limba engleză care exprimă emoții.....	168
Capitolul V. Pragmatica și Cunoașterea.....	168
5.1. Obiective.....	168
5.2. Limba și realitatea.....	168
5.3. Dimensiunea socială a limbii.....	169
5.4. Pragmatica și interacțiunea.....	171
5.5. Ipoteze pentru o pragmatică cognitivă.....	175
5.6. Înțelegerea pragmatică.....	176

5.6.1. Relația dintre actele de vorbire și tiparele contextuale.....	177
5.6.1.1. Relația dintre actele de vorbire și tiparele contextuale.....	179
5.6.1.2. Limbajul ce exprimă emoții și actele de vorbire.....	184
5.6.2. Metaforele materializate, tipare ale înțelegerii idiomurilor care exprimă emoții.....	190
5.6.3. Limbajul ce exprimă emoții, contextul și cunoașterea.....	191
5.6.4. Rolul Deixis-ului în pragmatica cognitivă.....	197
5.6.4.1. Deixis și idiomurile care exprimă emoții l.....	199
5.6.5. Teoria Relevanței.....	200
5.6.5.1. Abordări cognitive ale Teoriei Relevanței.....	202
5.6.5.2. Principiul Relevanței și comunicarea.....	204
5.6.5.3. Teoria Relevanței și sensul idiomatic.....	205
5.6.5.3.1. Decodarea și deducerea (în accepțiunea Rosei E. Vega- Moreno).....	206
5.6.5.3.2. Construcții pragmatice ale sensului idiomurilor.....	209
5.6.5.3.2.1. Înțelegerea idiomurilor și tiparul Teoriei Relevanței.....	209
5.6.5.3.2.2. Expresii idiomatice. Modalități de înțelegere.....	210
5.6.5.3.2.3. Adaptarea pragmatică.....	215
5.6.6. Principiul Cooperării.....	218
5.6.6.1. Pragmatica și veridicitatea.....	220
5.6.6.2. Alterarea maximelor.....	221
5.6.6.3. Veridicitatea pragmatică și limbajul figurativ.....	222
5.6.6.4. Maxima modalității și idiomurile ce exprimă emoții.....	227
5.6.6.5. Limbajul idiomatic ce exprimă emoții și Maxima Cantității.....	229
5.6.6.6. Implicatura conversațională.....	230
5.7. Sentimente, Stări de spirit și limbaj idiomatic.....	235
5.7.1. Idiomurile ce descriu sentimente și stări de spirit negative.....	236
5.7.2. Idiomurile ce descriu sentimente și stări de spirit pozitive.....	243
5.8. Justificarea pragmatice cognitive a idiomurilor din limba engleză care exprimă emoții.....	247
5.9. Concluzii.....	252
Observații finale.....	253
Bibliografie.....	268

Cuvinte cheie: semantica cognitivă, pragmatica cognitivă, limbă, sens, sens literal, sens figurativ, metafore, idiomuri, emoții, cultură, întruchipare, adevăr, context, modele culturale, experiență, dinamism, bunăstare, cunoaștere, metaforă conceptuală, viață, ființe umane, corpul, afect, simțul tactil, furia, frică, tritețe, fericire, iubire, relații umane, activitatea umană, progres, succes, eșec, implicatura conversațională, acte de vorbire, tipare, deixis, teoria relevanței, decodare, deducere, adaptare, Principiul Cooperării, maxime, sentimente negative, sentimente pozitive

INTRODUCERE

Teza se numește *Semantica și Pragmatica Cognitivă a Idiomurilor din Limba Engleză care Exprimă Emoții*. Aceasta este formată din două părți, și anume Partea I – *Semantica Cognitivă a Idiomurilor din Limba Engleză care Exprimă Emoții* și Partea a IIa - *Pragmatica Cognitivă a Idiomurilor din Limba Engleză care Exprimă Emoții*. Partea I a lucrării se compune din patru mari capitole: Capitolul I. Metodologie, Capitolul II. Aspecte ale sensului, Capitolul III. Idiomuri și cultură, Capitolul IV. Caracterul idiomatic și cunoașterea. Partea a doua a tezei constă în Capitolul V, numit *Pragmatică și Cunoaștere*.

Teza de față are în vedere investigarea idiomurilor din limba engleză ce exprimă emoții, deoarece acestea sunt considerate drept una dintre cele mai ascunse aspecte ale creației. Chiar și așa, se poate observa impactul pe care îl au asupra comportamentului nostru, deoarece acestea determină anumite moduri de a descifra realitatea (Harkins & Wierzbicka 2001). Problematika idiomurilor care exprimă emoții a devenit unul dintre cele mai provocatoare domenii ale lingvisticii (Lakoff & Johnson 1980, Lakoff 1987, 1993, Gibbs 1994, Gibbs 2006, Johnson 1990, Kovecses 1986, 1990, 1995, 2000, 2002, 2006, McGlone 1996, 2007, Langlotz 2006, Ochs & Schieffelin 1989, Lutz 1986, 1988, Meier & Robinson 2004, Rosa E. Vega-Moreno 2003).

Demersul nostru analizează idiomurile care exprimă emoții atât din punctul de vedere al semanticii cât și al pragmaticii cognitive, încercând să demonstreze faptul că limbajul idiomatic oferă o gamă largă de niveluri de discuții și dezbateri (Lutz 1988, Lakoff & Johnson 1980, Gibbs 2006, Marsen 2008, Evans & Green 2006, Carston 2002, Grice 1975).

Lucrarea reprezintă o însumare a contribuțiilor care există deja în domeniul idiomurilor ce exprimă emoții. Pozițiile noastre teoretice pot fi plasate în aceeași direcție cu cadrele teoretice recunoscute de literatura de specialitate. Plecăm, în încercarea de a

demonstra faptul că idiomurile ce exprimă emoții dețin o bază cognitivă semantică și pragmatică, de la lucrări fundamentale în domeniul lingvistic (Lutz 1988, Lakoff & Johnson 1980, Gibbs 2006, Marsen 2008, Evans & Green 2006, Carston 2002, Grice 1975). Pe parcursul lucrării stabilim o distincție clară între direcțiile tradiționale (Chafe 1968) și cele moderne ale teoriilor în domeniu (Bobrow & Bell 1973, Hoffman & Honneck 1979, Cacciari & Tobossi 1993, Lakoff & Johnson 1980, Johnson 1990, Gibbs 1994, 2006, Kovecses 2000, 2002). De asemenea, oferim o serie de poziții complementare și adoptăm această metodă în scopul de a consolida intenția noastră de convingere. Am inserat unele abordări contrastive cu intenția de a dezvălui caracterul dinamic, dar și complexitatea problemelor în discuție.

Primul capitol al tezei noastre tratează cele mai importante principii ale semanticii și pragmaticii cognitive, având rolul de a constitui premisele teoretice ale demersului nostru. Cu al doilea capitol aducem în discuție problema „sensului” dar și relația sa cu alte concepte-cheie importante în lingvistică, ajungând să discutăm pe marginea “limbajului literal” și a celui “figurativ”(Marsen 2008, Lyons 1977, Halliday 1978, Cacciari & Tobossi 1993, Gibbs 1994, Zanotto, Cameron & Cavalcanti 2008). Al treilea capitol abordează relația dintre “idiomuri” și “cultură”(Holland & Quinn 1987, Shore 1996, Teliya, Bragina, Oparina & Sandoromirskaya 1998, D’ Andrade 1997). Capitolul este o încercare de clarificare a raportului dintre “limbă” și “cultură” sau definiția culturii dar de asemenea, își propune să stabilească conexiunile dintre “social” și “cultural” (Lutz 1988, Matsumoto, Nakagawa & Yoo 2008). Cel de-al patrulea capitol al tezei tratează relația dintre “idiomuri” și “cunoaștere”. Acesta aduce în discuție metafora conceptuală și interpretarea, în raport cu ea, a idiomurilor care exprimă emoții. Tratăm, în acest al patrulea capitol, reprezentarea conceptelor cum ar fi “furia”, “frica”, “tristețea”, “fericirea”, “dorința”, “surpriza”, “mândria”, “iubirea”. Un alt aspect analizat în acest capitol este acela al domeniilor de manifestare a emoțiilor. Capitolul se încheie cu unele concluzii referitoare la caracterul cognitiv al limbajului idiomatic (Gibbs 2006, Gibbs 1994a, Lakoff & Johnson 1980 a/b, Ortony & Fainsilber 1987, Robinson, Mitchell, Kirkeby, Meier 2006, Meier & Robinson 2004, Kovecses 2000, Kovecses 2002, Hauser, Carter & Meier 2009, Langlotz 2006, Apresjan 1997, Gibbs, Bogdanovich, Sykes & Barr 1997, Mc Glone 2007, Evans & Green 2006). Al cincilea capitol al lucrării redă faptul că limbajul idiomatic e guvernat de aceleași norme ca și limbajul literal și vom încerca, de asemenea, să demonstrăm caracterul practic al principiilor pragmaticii cognitive atunci când sunt aplicate la idiomurile ce exprimă emoții (Ochs 2002, Farina Albanese & Pons, Enfield 2009, Hoffman & Honneck 1979, van Dijk 1977a/b, Zegarac & Penington 2000, Gilbert 1997/1999, Wilson & Sperber 2004/2006, Bazanella 2004, Marmaridou 2000, Rosa E. Vega-Moreno 2003, Carston 2002, Wilson 1995, Grice 1975, Schnall 2005, Fraser 1996).

Menționăm faptul că lucrarea de față nu pretinde a fi o abordare exhaustivă; de fapt, de vreme ce despre limbă se discută din perspective numeroase, e clar că toate conceptele-cheie cu care aceasta relaționează pot fi caracterizate prin trăsături variate. Lucrarea abordează problema controversată a idiomurilor care exprimă emoții referindu-se la locul pe care acestea îl ocupă în cadrul preocupărilor lingvistice. Idiomurile care exprimă emoții sunt strâns legate de abilitățile noastre cognitive (Kovecses 2000, 2002, Gibbs 2006, 1994).

1. Metodologie

Capitolul oferă cadrele teoretice folosite în demersul nostru. În prezentul capitol facem referire la principiile lingvistice (semantice și pragmatice din perspectivă cognitivă) care ghidează și conturează comunicarea. Principiile cum ar fi “întruchiparea”, “structura conceptuală”, “cunoașterea enciclopedică” și “reprezentarea mentală” definesc “Semantica Cognitivă” și în același timp formează cadrele teoretice care plasează “Semantica Cognitivă” printre preocupările lingviștilor (Gardefors 1999). “Corpul” reprezintă o noțiune complexă în cadrul Semanticii Cognitive, fiind factorul determinant în conturarea impresiilor noastre despre lumea exterioară (Marsen 2008, Gibbs 2006). “Structura conceptuală” susține faptul că impresiile noastre, fiind înrădăcinate în realitate, trebuie să fie semnificative (Clausner, Kellman Palmer 2008). Pentru a putea fi înțelese și interpretate, noțiunile trebuie să fie parte a unor mecanisme dezvoltate, definite drept “cunoștințe enciclopedice” (Saenz 1999). “Reprezentarea mentală” dezvăluie modul în care oamenii asociază idei și noțiuni (Krul et al. 2005).

“Pragmatica cognitivă” este guvernată de principii precum “Teoria Relevanței”, “Principiul Cooperării”, “Implicatura conversațională” sau “tiparele cognitive” (Wilson 1995, Wilson & Sperber 2004/2006, Rosa E. Vega-Moreno 2003). “Teoria Relevanței” susține că resursele cognitive posedă unele atribute complexe cu ajutorul cărora avem capacitatea de a extrage ceea ce este pertinent în jurul nostru (Vega-Moreno 2003). “Principiul Cooperării” este strâns legat de maximele de calitate, cantitate, legatură și modalitate (Grice 1975). Din cauza naturii lor complexe implicaturile conversaționale pot avea un rol definitiv în crearea unei “teorii a comunicării” (Zdrengea 1990).

2. Aspecte ale sensului

Acest capitol își propune să redea definiția complexă a “sensului” și a “limbii”. De asemenea prezintă nivelurile limbii – cel “descriptiv, social și expresiv” (Lyons 1977). Pe parcursul acestuia analizăm relația dintre sens și alte concepte lingvistice importante, precum “limbă”, “cultură”, “întruchipare”, “emoții”, “adevăr” sau “context” (Marsen 2008,

Bazanella 2004, Gibbs 1994, 2006, Zanotto, Cameron & Cavalcanti 2008). De asemenea, facem referire la distincția dintre “sensul literal” și “cel figurativ” (Cacciari & Tobossi 1993, Zanotto, Cameron & Cavalcanti 2008, Fussell & Moss 1998), descriind “metaforele” și “idiomurile” din punctul de vedere al valorii lor decorative în cadrul comunicării (Lyons 1977, Vianu 1957). Ultimul subcapitol tratează problema idiomurilor situate între sensul literal și cel figurat (Marsen 2008, Lyons 1977, Shore 1996, Gibbs 2006, Zanotto, Cameron & Cavalcanti 2008, Prandi 2004, Swinney & Cutler 1979, Frisson & Pickering 2001, Giora 2002, Rosa E. Vega-Moreno 2001). Incercarea de a defini “sensul”, ca bază de interpretare a realității, a fost una dintre preocupările majore ale lingviștilor (Prandi 2004).

3. Idiomurile și cultura

Acest capitol tratează aspectele culturale ale limbajului figurativ, cu precădere perspectivele culturale ale expresiilor idiomatice (Holland & Quinn 1987, Shore 1996, Teliya, Bragina, Oparina & Sandoromirskaya 1998, D’ Andrade 1997).

“Cultura” și “limba” se află într-o strânsă legătură, de vreme ce primul concept se manifestă prin expresie lingvistică (Teliya, Bragina, Oparina & Sandoromirskaya 1998). Practicile noastre sunt înzestrate cu “sens cultural” (Holland & Quinn 1987). Tocmai aceste semnificații relevă modul în care utilizăm și devin cunoscute atitudinile acceptate în colectiv (Roy D’ Andrade 1981 în Holland & Quinn 1987). Acest cod poartă numele de “modele culturale” (Holland & Quinn 1987).

În acest capitol tratăm, de asemenea, perspectiva culturii în relație cu practicile sociale. Cultura scoate în evidență aspectele comune ale umanității și, în același timp, conturează practicile sociale (Ratner 2000). Fundamentăm ideile prezente pe teoria potrivit căreia limbajul care exprimă emoții e folosit cu scopul de a evalua aspectele cotidiene ale existenței (Lutz 1988, Markus & Kitayama 1991). Drept concluzie, apreciem, cultura ghidează comportamentul uman, dând sens vieții (Matsumoto, Nakagawa & Yoo 2008).

4. Idiomurile și cunoașterea

Scopul acestui capitol este acela de a scoate în evidență conexiunile dintre limbajul idiomatice și cunoaștere. Incepem demersul nostrum prin recunoașterea “Corpului” drept o noțiune complexă deoarece menționează modul în care înțelegem contextul extern și, în același timp, sugerăm faptul că limba folosită de către oameni în interacțiune, ca și comportamentul uman sunt influențate de modul în care interpretăm realitatea (Gibbs 2006).

Ceea ce urmărim în prezentul capitol este nivelul cognitiv al limbii. Prin aceasta, urmărim să demonstrăm faptul că limbajul metaforic, idiomatice folosit pentru a exprima

emoții relevă legături puternice cu percepțiile oamenilor. Întenționăm să prezentăm modul în care limba exprimă sentimente, emoții, plecând de la idiomuri referitoare la “corpul uman”. Acest fapt denotă implicații cognitive pe care le explicăm și pe care le motivăm în spiritul unor poziții de referință din lingvistică (Lakoff & Johnson 1980, Gibbs 2006, Kovecses 2000, 2002, Wright 2002, Stoyanova 2009).

Unul dintre rolurile majore ale limbii este acela de a oferi mijloacele prin care oamenii evidențiază implicațiile metaforice ale practicilor cotidiene ale lor. De asemenea, ne fundamentăm prezentarea pe ipoteza potrivit căreia limbajul idiomatic e guvernat de caracteristicile metaforei, astfel că poate fi interpretat prin expresii generale, conceptuale (Lakoff & Johnson 1980, Xiuzhi Li 2010).

Subcapitolele în discuție oferă o imagine a modului în care sunt descifrate câteva dintre cele mai importante aspecte ale vieții și activității umane. Astfel, “Viața” este conceptualizată în termenii unei “călătorii” (Kovecses 2002; Murphy 1996). “Fiintele umane” sunt interpretate prin proprietăți ale plantelor (Esenova 2007). Oamenii sunt, de asemenea, considerați “lichide” (Wright 2002). “Problemele” sunt conceptualizate prin “metafora puzzle –ului” și prin “metafora chimică” (Lakoff & Johnson 1980). “Corpul uman” oferă o gamă variată de idiomuri care exprimă afectul (Stoyanova 2009). Redăm idiomuri referitoare la “cap”, “păr”, “inima”, “ochi”, “nas”, “gură”, “buze”, “dinți”, “față”, “gât”, “umeri”, “mâini”, “degete”, “sânge”, “stomac”, “ficat”, “bilă”, “splină”, “intestine” și “picioare” care ne sugerează sentimente, atât positive cât și negative, încercând să demonstrăm repertoriul vast de idiomuri care exprimă emoții pe care limba engleză le pune la dispoziția ființelor umane pentru a-și exprima sentimentele, impresiile. În demersul nostrum aducem exemple pertinente, preluate din dicționare și alte cărți de referință, încercând astfel să arătăm că expresiile idiomatice nu mai sunt considerate o marcă pretențioasă a limbii, ci, de fapt, un instrument prin care se marchează implicarea oamenilor în conversație (Fussell & Moss 1998).

Abordăm, în acest capitol, legătura dintre “affect” și “gust” și aceea dintre “afect” și “simțul tactil”, plecând de la premisele propuse de către Piaget & Inhelder, care explică faptul că experiențele noastre sunt legate de reacțiile și răspunsurile noastre directe relativ la ceea ce se întâmplă în lume (Meier & Robinson 2004).

Aducem în discuție și semnificația în viața cotidiană a “prepozițiilor orientazionale Up și Down”. Lakoff & Johnson consideră că “metaforele orientazionale” joacă un rol important în sistemul metaforelor conceptuale întrucât ele grupează obiectele și ne ajută să facem referire la ele în relația lor cu alte noțiuni asemănătoare. Ne referim în spirit lakoffian la metafore precum “Fericirea înseamnă sus- Tristețea înseamnă jos, Optimismul înseamnă sus -

Pesimismul înseamnă jos, Puterea înseamnă sus- Lipsa puterii înseamnă jos, Controlul și forța înseamnă sus- A fi controlat înseamnă jos, Moralitatea înseamnă sus- Imoralitatea înseamnă jos, Virtutea înseamnă sus- Lipsa virtuții înseamnă jos, Raționalul înseamnă sus- Emotivitatea înseamnă jos, Succesul înseamnă sus- Eșecul înseamnă jos” care ne organizează existența și atitudinea față de realitate (Lakoff & Johnson 1980).

În prezentul capitol abordăm și reprezentarea conceptelor de emoție. “Furia” este descifrată după cum urmează – “Fluid fierbinte într-un container, Foc, Nebunie, Inamic într-o luptă, Un animal captiv, Abuz, Comportament animalic agresiv, Supărare fizică, O mașină în funcțiune, Un superior ierarhic” (Kovecses 2000). “Frica, teama este”- “Jos, Întuneric, Lipsa căldurii, Lipsa vitalității, Fluid fierbinte într-un container, Forță fizică violentă, Forță naturală, Boală, Nebunie, Greutate, Organism viu, Animal captiv, Inamic” (Kovecses 2000). “Fericirea- a fi fericit înseamnă”- “Sus, A nu mai fi cu picioarele pe pământ, A fi în Rai, Lumină, Vitalitate, Căldură, Sănătate, Un animal care trăiește bine, O senzație fizică plăcută, O ruptură, Nebunie, Forță naturală” (Kovecses 2000). Kovecses motivează idiomurile privind “iubirea” printr-un repertoriu larg al “metaforelor iubirii”- “Iubirea este forță naturală, un joc, un organism viu, adâncime, container, animal captive. Iubirea este magie, foc, fluid, inundație. Iubirea este dislocare, nebunie. Iubirea este război, rană, boală” (Butler 2000).

Naz Kaya & Helen H.Epps sugerează faptul că culorile redau “sentimente și emoții” (Naz Kaya & Helen H.Epps 2004). Bazându-ne pe această premisă, susținem că “Emoțiile sunt culori”. John Wright apreciază că “Stările de spirit sunt vreme” (Wright 2002).

Relațiile interumane sunt redată prin metafore precum “Sistemele complexe abstracte sunt obiecte fizice” (Kovecses), “Emoțiile sunt plante. Oamenii sunt plante” (Esenova 2007), “Argumentul este război. Biroul este un camp de luptă” (Lakoff & Kovecses 1980) sau “Timpul este bani” (Lakoff & Kovecses 1980, Wright 2002). Acestea sunt, de asemenea, denumite prin metafora “Afectivitatea este contact fizic vs. Lipsa intimității este distanță fizică” (Gibbs, Bogdanovich, Sykes & Barr 1997). Reamintim principiul potrivit căruia oamenii se apropie de lucrurile plăcute și se îndepărtează de lucrurile neplăcute (Robinson, Mitchell, Kirkeby & Meier 2006).

O altă analiză vizează existența unui număr mare de idiomuri referitoare la “succes”, “progres”, “eșec” deoarece acestea influențează comportamentul și reacțiile noastre într-o mare măsură (Langlotz 2006). Metafore precum “Jocul este activitate intenționată/ Jocul cu mingea este activitate intenționată”, “Dezvoltarea înseamnă progres”, “Dezvoltarea este o mașină în funcțiune”, “Eșecul înseamnă jos” , “Instabilitatea este apă” grupează un număr mare de expresii idiomatice, foarte des folosite în conversațiile zilnice (Langlotz 2006).

5. Pragmatica și cunoașterea

Acest capitol evidențiază legăturile strânse dintre “pragmatică” și “cunoaștere” (Ochs 2002, Farina Albanese & Pons, Enfield 2009, Hoffman & Honneck 1979, van Dijk 1977, Zegarac & Penington 2000, Gilbert 1997/1999, Wilson & Sperber 2004/2006, Bazanella 2004, Marmaridou 2000, Rosa E. Vega-Moreno 2003, Carston 2002 a/b, Wilson 1995, Grice 1975, Schnall 2005, Fraser 1996). Pentru a fi eficientă, comunicarea trebuie să respecte anumite norme, precum “Principiul Cooperării” care desemnează principiile exprimării lingvistice (Rosa E. Vega-Moreno 2003, Grice 1975).

Pe parcursul acestui capitol discutăm caracterul principiilor pragmatice, precum “Teoria Relevanței”, “Principiul Cooperării”, “Veridicitatea”, “Implicaturile”, “Actele de vorbire”, “Deixis” și aplicăm teoria la situația idiomurilor care exprimă emoții. De asemenea abordăm problema idiomurilor ce exprimă emoții în relație cu Maximele Principiului Cooperării. Nu în ultimul rând, redăm idiomuri care exprimă emoții.

Observații Finale

Problema idiomurilor care exprimă emoții este una dintre aspectele controversate ale preocupărilor lingvistice, întrucât expresiile idiomatice folosite de către oameni în conversațiile lor vin ca dovadă a faptului că acestea nu mai sunt un aspect pretențios, ci, din contră, un mod spontan de comunicare. Din moment ce captează atenția lingviștilor, idiomurile ocupă un loc important printre domeniile lingvisticii. Direcția modernă a limbii consideră idiomurile prin prisma caracterului lor decorativ în cadrul comunicării.

Teza de doctorat inenționează să demonstreze caracterul cognitiv al idiomurilor ce exprimă emoții. Oamenii folosesc idiomuri pentru a – și exprima atitudinea în raport cu ceilalți și cu aspectele realității.

Idiomurile sunt considerate structuri complexe, care, datorită multitudinii de perspective din care pot fi abordate, pot fi analizate prin prisma semanticii și a pragmaticii cognitive.

Întrucât semantica cognitivă se fundamentează pe principii precum “Întruchipare”, “Structura conceptuală”, “Cunoștințe enciclopedice” sau “Reprezentări mentale”, idiomurile sunt considerate unități concentrate, a căror explicație poate fi găsită în mecanismele cognitive complexe de care oamenii dispun. Din perspectiva semanticii cognitive, teza de doctorat tratează următoarele situații:

- metaforele sunt cele mai puternice mărci figurative iar idiomurile sunt guvernate de trăsături metaforice

- pentru a fi înțelese, interpretate și utilizate în conversații, idiomurile activează cunoștințe generale, enciclopedice, care provin din practicile umane
- oamenii investesc experiența cu sens
- corpul uman reprezintă principalul canal prin care oamenii se percep pe sine înșiși în lume dar și relațiile cu semenii lor
- idiomurile sunt descifrate prin metafore conceptuale; astfel, noțiunile abstracte sunt descifrate prin obiecte materiale
- înțelegerea și folosirea idiomurilor dar și stocarea acestora sunt procese care nu implică efort

Pragmatica cognitivă vine în completarea abordării semantice a limbajului idiomatice ce exprimă emoții și este întrutotul justificată, deoarece idiomurile, ca structuri folosite de către oameni în conversațiile directe, pot constitui chiar obiectul pragmaticii cognitive. Din unghiul abordării pragmaticii cognitive a idiomurilor ce exprimă emoții, teza de doctorat analizează următoarele idei

- idiomurile sunt strâns legate de context. Ele exprimă implicarea oamenilor în comunicare dar și natura relațiilor lor
- deoarece idiomurile reflectă subiectivitatea umană, acestea sunt mărci lingvistice caracterizate prin prezența trăsăturilor deictice
- deși sunt un mod concentrate de comunicare, idiomurile au capacitatea de a exprima noțiuni și idei complexe, astfel că sunt asociate de către cercetătorii în domeniu cu Teoria Relevanței care se referă la caracterul pertinent al afirmațiilor noastre
- idiomurile nu sunt alterări ale normelor lingvisticeș din contră, ele manifestă veridicitatea și astfel pot fi folosite în conversații

Selective Bibliography

1. Apresjan, V. (1997) Emotion Metaphors and Cross- Linguistic Conceptualization of Emotion, *Cuadernos de Filologia Inglesa*, 612, pp. 179-195
2. Athanasiadou, A., Tabokowska, E. (1998) (eds.) *Speaking of emotions. Conceptualization and expression*, Berlin & New York: Mouton de Gruyter
3. Bar & Keysar (2005) Making sense of how we make sense: the paradox of egocentrism in language use. In *Figurative language comprehension*, H.L.Colston & N.A.Katz (eds.), pp. 210-43, Mahwah: Lawrence Erlbaum
4. Bara, G. B. (translated 2010) *Cognitive Pragmatics. The mental processes of communication*, translated by J. Douthwaite, Cambridge, London: MIT Press
5. Barsalou, L.W. (1983) Ad hoc categories, *Memory and Cognition*, 11(3), pp. 212-227
6. Bazanella, C. (2004) Emotions, language and context. In Edda Weigand (ed.), *Emotion in dialogic interaction: advances in the complex. Current Issues in Linguistic Theory*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co, pp. 55-73
7. Benczes, R. (2002) The semantics of idioms: a cognitive linguistic approach, *The Even Yearbook*, 5, pp. 17-30
8. Bobrow, S.A., Bell, S.M. (1973) On catching on to idiomatic expressions, *Memory and Cognition*, 1, pp.343-346
9. Butler, L, St., J. (2000). "Through the ear" or "Through the eye": Language, excess and one of the registers of passion. In J. Schlaeger (ed.), *Representations of emotional excess*, New York: Verlag Tübingen, pp. 43- 53
10. Cacciari & Glucksberg (1990) Understanding idiomatic expressions: the contribution of word meanings, in G. Simpson (ed.) *Understanding word and sentence*, Amsterdam: Elsevier
11. Cacciari, C., Tobossi, P. (1993) (eds.) *Idioms: Processing, Structure and Interpretation*, Hillsdale, New Jersey, Hove and London: Lawrence Erlbaum Associates
12. Cacciari, C. (1998) Reflections on the functions of metaphor in discourse and reasoning. In Katz A.N. (ed.) *Figurative language and thought*, Oxford: Oxford University Press, pp. 119-157
13. Cangelosi, A (2006) The groundings of shared symbols, *Pragmatics and Cognition*, 14(2), pp. 275-285
14. Capidan, Th. (1943) *Limbă și cultură*, București: Editura Fundația Regală pentru Literatură și Artă
15. Carston, R. (1996) Enrichment and loosening; complementary processes in deriving the proposition expressed, *UCL Working Papers in Linguistics*, 8, pp. 61-88

16. Carston, R. (2002a) *Thoughts and utterances*, Oxford: Blackwell
17. Carston, R. (2002b) Linguistic meaning, communicated meaning and cognitive pragmatics, *Mind & Language*, 17(1+2), pp. 127-148
18. Chafe, W. L (1968) Idiomaticity as an anomaly in the Chomskyan paradigm, *Foundations of language*, 4, pp. 109-127
19. Chodorow, N. J. (1999) *The power of feelings: personal meaning in psychoanalysis, gender and culture*, New Haven: Yale University Press
20. Copoșescu, L. (2004) *Issues of pragmatics*, Brașov: Editura Universității “Transilvania”
21. Corradi Fiumara, G. (1995) *The metaphoric process. Connections between language and life*, London & New York: Routledge
22. D’ Andrade, R. (1990) Some propositions about relations between culture and cognition. In J. Stiegler, R. Shweder, G. Herdt (eds.) *Cultural Psychology: essays on comparative human development*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 65-129
23. D’Andrade (1995) *The development of cognitive anthropology*, New York : Cambridge University Press
24. D’ Andrade, R. (1997) A folk model of the mind. In D. Holland, N. Quinn (eds.) *Cultural models in language and thought*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 112-150
25. Deignan, A. (2005) *Metaphor and corpus linguistics. Converging evidence in language and communication research*, 6, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co
26. Devitt, M., Sterelny, K. (1999) *Language and reality: an introduction to the philosophy of language*, Oxford: Oxford University Press
27. Dzokoto, V. (2010), Different ways of feeling: emotion and somatic awareness in Ghanaians and Euro-Americans, *Journal of Social, Evolutionary and Cultural Psychology*, 4(2), pp. 68-78
28. Enfield, N.J., Wierzbicka, A. (2002) The body in description of emotion, *Pragmatics & Cognition*, 103/2, pp. 1-25
29. Enfield, N.J. (2009) Relationship thinking and human pragmatics, *Journal of Pragmatics*, 41, pp. 60-78
30. Evans, V., Green, M. (2006) *Cognitive linguistics: an introduction*, Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates
31. Fainsilber, L., Ortony, A. (1987) Metaphorical uses of language in the expression of emotions, *Metaphor and Symbolic Activity*, 2, pp. 239-250

32. Fussell, S.R., Moss, M.M. (1998) Figurative language in emotional communication. In S.R. Fussell and R.J. Kreuz (eds.) *Social and Cognitive approaches to interpersonal communication*, Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 113-145
33. Fussell, S.R., (2002) (ed.) *The verbal communication of emotions. Interdisciplinary perspectives*, Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates
34. Gibbs (1980) Spilling the beans on understanding and memory for idioms, *Memory & Cognition*, 8, pp.449-456
35. Gibbs, Nayak, Bolton & Keppel (1989) Speakers' assumptions about the lexical flexibility of idioms, *Memory & Cognition*, 17, 58-68
36. Gibbs, R.W.Jr., O'Brien, J. (1990) *Idioms and mental imagery: the metaphorical motivation for idiomatic meaning*, *Cognition*, 36, pp. 35-68
37. Gibbs & Nayak (1991) Why idioms mean what they do, *Journal of Experimental Psychology: General*, 120, 93-95
38. Gibbs, R. W. Jr. (1992a) What do idioms really mean?, *Journal of Memory and Language*, 31, pp. 485-506
39. Gibbs, R.W. Jr. (1992b) Categorization and metaphor understanding, *Psychological Review*, 99, pp. 572-577
40. Gibbs R. W. Jr. (1994a) *The poetics of mind: figurative thought, language and understanding*, Cambridge, New York: Cambridge University Press
41. Gibbs, R.W.Jr. (1994b) Figurative thought and figurative language, in Gernsbacher (ed.) *Handbook of psycholinguistics*, San Diego CA: Academic Press, pp. 411-446
42. Gibbs, R.W. JR. (1996) Why many concepts are metaphorical, *Cognition*, 61, 309-319
43. Gibbs R.W. JR., Bogdanovich, J. M., Sykes, J.R., Barr D.J., (1997) Metaphor in idiom comprehension, *Journal of Memory and Language*, 37, p. 141-154
44. Gibbs R. W. Jr.,(2001)Evaluating contemporary models of figurative language understanding, *Metaphor and Symbol*, 16, (3&4), pp. 317-333
45. Gibbs R. W. Jr., Leggitt, J.S., Turner, E.A., (2002), What's special about figurative language in emotional communication. In Susan R. Fussell (ed.) *The verbal communication of emotions. Interdisciplinary perspectives*, Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates
46. Gibbs, R.W. Jr., Van Orden, G.C. (2003) Are emotional expressions intentional? A self-organizational approach, *Consciousness and emotion*, 4, pp. 1-16
47. Gibbs R. W. Jr. (2006) *Embodiment and cognitive science*, Cambridge: Cambridge University Press

48. Gibbs. R.W. Jr (2007) Idioms and formulaic language, in Geeraerts D., Cuyckens, H. (eds.) *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*, Oxford: Oxford University Press, pp. 697-720
49. Gilbert Michael A. (1997) Prolegomemnon to a pragmatics of emotion, *1st International Conference of the Ontario Society for the Study of Argumentation*, Brock University, St. Catherine's, pp. 1-8. Retrieved from <http://www.yorku.ca/gilbert/argthry/argthry/arg-papers/mag1997-prol-emo.pdf>
50. Gilbert Michael A. (1999) "Language, Words and Expressive Speech Acts." *Proceedings of the Fourth International Conference of the International Society for the Study of Argumentation*. Frans van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair, & Charles A. Willard, Eds. pp. 231-234. Retrieved from <http://www.yorku.ca/gilbert/argthry/argthry/arg-papers/mag1999-lang-wds.pdf>
51. Giora, R. (2002) Literal vs. figurative language: Different or equal?, in *Journal of Pragmatics*, 34, pp. 487-506
52. Giora (2003) *In our mind: Saliency, Context and Figurative language*, Oxford: Oxford University Press
53. Goldie, P. (2002) Emotions, feelings and intentionality, *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, I, pp. 235-254
54. Grindon, L.H. (1851) *Figurative language*, Manchester: Cave and Server
55. Hall, S., (1997) Representation, meaning and language. In S. Hall (ed.) *Representation. Cultural representations and signifying practices*, pp. 15-30, Sage: Thousand Oaks
56. Halliday, M.A.K. (1978) *Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning*, Baltimore: MD University Park Press
57. Herseni, T., (1976) *Literatură și civilizație. Încercare de antropologie literară*, București : Editura Univers
58. Hirsch, E.D., Kett, J.F., Trefil, J.S (2002) (eds.) *The new dictionary of cultural literacy. What every American needs to know. Completely revised and updated*, New York: Houghton Mifflin Company
59. Hoffman, H.H., Honneck, R.P (1979) She laughed his joy and she cried his grief. Psycholinguistic theory and anomaly, *Psychological Record*, 29, pp. 321-328
60. Hofstede G.H. (1980) *Culture's consequences: International differences in work-related values*, Beverly Hills CA: Sage
61. Hofstede, G. (1984) (ed.) *Culture's consequences: International differences in work-related values*, Beverly Hills: Sage

62. Holland, D., Quinn, N. (1987) (eds.) *Cultural models in language and thought*, Cambridge: Cambridge University Press
63. Hristea, Th. (1984) Introducere în studiul frazeologiei. In Th. Hristea (coordonator) *Sinteze de limba română*, ediția a treia, București: Editura Albatros, pp. 134-147
64. Jackendoff, R., (1992) *Languages of the mind: Essays on mental representation*, Cambridge MA: MIT Press
65. Johnson, M. (1987) *The Body in the mind. The bodily basis of meaning, imagination and reason*, Chicago & London: The University of Chicago Press
66. Johnson, M. (1990) *The body in the mind*, Chicago: University of Chicago Press
67. Johnson, M. (1992) Philosophical implications of cognitive semantics, *Cognitive Linguistics*, 3 (4), pp. 345-366
68. Keenan, J.M., MacWhinney, B., Mayhew, D. (1977) Pragmatics in memory: a study of natural conversation, *Journal of Verbal Learning and Verbal Behaviour*, 16, pp.549-560
69. Knowles, M., Moon, R. (2006) *Introducing metaphor*, Abington & New York: Routledge
70. Kovecses, Z. (1986) *Metaphors of anger, pride and love*, Amsterdam & Philadelphia: Benjamins
71. Kovecses (1990) *Emotion concepts*, Berlin: Springer Verlag
72. Kovecses (1995) American friendship and the scope of metaphor, *Cognitive Linguistics*, 1995, 6, p.315-346
73. Kovecses, Z. (1998) Are there any emotion-specific metaphors?, In A. Athanasiadou & E Tabakowska (eds.) *Speaking of emotions. Conceptualisation and expression*, Berlin & New York: Mouton de Gruyter, pp. 127-153
74. Kovecses, Z., (2000) *Metaphor and emotion. Language, culture and body in human feeling*, Cambridge: Cambridge University Press
75. Kovecses, Z. (2002) *Metaphor: a practical introduction*, Oxford: Oxford University Press
76. Kovecses, Z. (2006) *Metaphor in culture: universality and variation*, Cambridge: Cambridge University Press
77. Kramsch, C. (1998) *Language and Culture. Oxford Introductions to Language Study*, series editor H.G.Widdowson, Oxford: Oxford University Press
78. Krull, E. (ed.) (2005) *Trames. Journal of the Humanities and Social Sciences*, Vol.9, No.2, Tartu: University of Tartu Press
79. Lakoff, G., Johnson, M. (1980a) *Metaphors we live by*, Chicago: University of Chicago Press

80. Lakoff, G., Johnson, M. (1980b) Metaphors we live by. In Jody O'Brien (2001)(ed.) *The production of reality: essays and readings on social interaction*, London & New Delhi:Thousand Oaks, pp. 103-115
81. Lakoff, G. (1987) *Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind*, Chicago: The University of Chicago Press
82. Lakoff G. (1993) The contemporary theory of metaphor. In Andrew Ortony (ed.) *Metaphor and thought. Second edition*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 202-251
83. Lakoff, G., Johnson, M. (1999) *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenges to western thought*, New York: Basic Books
84. Langlotz, A. (2006) *Idiomatic creativity: a cognitive-linguistic model of idiom representation*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co
85. Lutz, C.A. (1986) Emotion, thought and estrangement: emotion as a cultural category, *Cultural Anthropology*, 1 (3), pp. 287-309
86. Lutz, C.A. (1988) *Unnatural emotions: everyday sentiments on a Micronesian atoll & their challenge to Western theory*, Chicago & London: The University of Chicago Press
87. Lyons, J. (1977) *Semantics*, I, II, Cambridge: Cambridge University Press
88. Mărgineanu, N. (1973) *Condiția umană. Aspectul ei bio-psiho-social și cultural*, București: Editura Științifică
89. Markus, H.S., Kitayama, S. (1991) Culture and the self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation, *Psychological Review* Vol. 98, No. 2, pp. 224-253
90. Marmaridou, S. (2000) *Pragmatic Meaning and cognition*, Amsterdam: Bohn Benjamins
91. Marsen, S., (2008) The role of meaning in human thinking, *Journal of Evolution and Technology*, 17(1), March, pp. 45-58
92. Martin J.R., Introduction, *Text* 23(2), pp. 171-181
93. Matsumoto, D., Nakagawa, S., Yoo, S.H. (2008) Culture, emotion regulation and adjustment, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 94, No. 6, pp. 925-937
94. McGlone, M. (1996) Conceptual metaphors and figurative language interpretation: food for thought?, *Journal of Memory and Language*, 35, pp. 544-564
95. McGlone, M.S. (2007) What is the explanatory value of a conceptual metaphor?, *Language & Communication*, 27, pp. 109-126
96. Meier, B.P., Robinson, M.D. (2004) Why the sunny side is up. Associations between affect and vertical position, *Psychological Science*, 15 (4), pp. 243-247

97. Meier, B.P., Robinson, M.D., Clore, G.L. (2004) Why good guys wear white, *Psychological Science*, Volume 15, Number 2, pp. 82- 87
98. Meier, B.P., Robinson, M.D. (2005) The metaphorical representation of affect, *Metaphor and Symbol*, 20(4), pp. 239-257
99. Meier, B.P., Robinson, M.D. (2006) Does “feeling down” mean seeing down? Depressive symptoms and vertical selective attention, *Journal of Research and Personality*, 40, pp. 451-461
100. Meier, B.P., Hauser, D.J., Robinson, M.D., Kellad Friesen, Ch., Schjeldahl, K. (2007) What’s “up” with God? Vertical space as a representation of the divine, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.93, No. 5, pp. 699-710
101. Meier, B.P., Sellbom, M., Wygant, D.W. (2007) Failing to take the moral high ground: Psychopathy and the vertical representation of morality, *Personality and Individual Differences*, 43, pp. 757-767
102. Meier, B. P., Robinson, M. D., Crawford, L.E., Ahlvers, W.J. (2007) When “Light” and “Dark” thoughts become light and dark responses: affect biases brightness judgements, *Emotion*, vol. 7, no. 2, pp. 366-376
103. Merleau- Ponty M. (1945) *Phénoménologie de la perception*, Paris: Gallimard
104. Ochs, E., Schieffelin, B., (1989) Language has a heart, *Special issue of text*, 9 (1), pp. 7-25
105. Ochs, E., (2002) Becoming a speaker of culture. In C. Kramsch (ed.) *Language acquisition and language socialization. Ecological perspectives*, London & New York: Continuum Press, pp. 99-120
106. Ortony (1975) Why metaphors are necessary and not just nice, *Educational Theory*, 25, 45-53
107. Ortony, A., Fainsilber, L. (1987) The role of metaphors in descriptions of emotions, *Proceedings of the 1987 workshop on Theoretical issues in natural language processing*, pp. 181-185
108. Piirainen, E. (2008) Figurative phraseology and culture. In S. Granger and F. Meunier (eds.) *Phraseology. An interdisciplinary perspective*, Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp. 207-228
109. Planalp, S. (1999) *Communicating emotions: social, moral and cultural processes*, Cambridge: Cambridge University Press
110. Pollio, H.R., Barlow, J.M., Fine, H.J., Pollio, M.R. (1977) (eds.) *Psychology and the poetics of growth. Figurative language in Psychology, Psychotherapy and Education*, Hillsdale & New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

111. Prandi, M. (2004) *The building blocks of meaning: ideas for a philosophical grammar*, Amsterdam: John Benjamins
112. Prus, R.C. (1996) *Symbolic interaction and ethnographic research: intersubjectivity and the study of human lived experience*, New York: State University of New York Press
113. Pulman, S.G.(1983) *Word meaning and belief*, Worcester: Billing & Sons Limited
114. Putner, D. (2000) The passions: problems of multiplicity and meaning. In Jurgen Schlaeger (ed.) *Representation of emotional excess*, vol.16, New York: Tübingen, pp. 13-31
115. Quinn, N. (1982). 'Commitment' in American marriage: A cultural analysis, *American Ethnologist*, 9, 775-798
116. Radden, G., Köpcke, K. M., Berg Th., Siemund P. (eds.), (2006) *Aspects of meaning construction*, Amsterdam: John Benjamin Publishing Co
117. Robinson, M., Mitchell, K.A., Kirkeby, B.S., Meier B.P (2006), The self as a container: Implications for implicit self- esteem and somatic symptoms, *Metaphor and Symbol*, 21, pp. 147-167
118. Rosaldo, M.Z. (1984) Toward an anthropology of self and feeling. In R.A. Shweder and R.A. LeVine (eds.) *Culture theory: essays on mind, self and emotion*, pp. 137-157 Cambridge: Cambridge University Press
119. Saenz, F.S. (1999) Semantic structure, relational networks and domains of reference, *Journal of English Studies*, I, pp. 271-288
120. Saito M. (1996) Comparative studies on colour preference in Japan and other Asian regions, with special emphasis on the preference for white, *Colour Research and Application*, 21(1), 35-49
121. Schnall, S. (2005) The pragmatics of emotion language, *Psychological Inquiry*, 16, pp. 28-31
122. Shields, S. A. (2002) *Speaking from the heart: gender and the social meaning of emotion*, Cambridge : Cambridge University Press
123. Shore, B., (1996) *Culture in mind: cognition, culture and the problem of meaning*, Oxford & New York: Oxford University Press
124. Simpson, G.B.(1994) Context and the processing of ambiguous words, in Gernsbacher, M.(ed.) *Handbook of Psycholinguistics*, Chapter 10, New York: Academic Press, pp. 359-374
125. Sperber, D., Wilson, D. (1986 /1995) *Relevance: communication and cognition*, Second Edition (1995), Oxford, UK: Blackwell

126. Stoyanova, I., (2009) Semantic aspects of English body idioms, *Interconexiuni metodologice, pragmatice și didactice în științele limbii*. Chișinău, IRIM, p.106-113
127. Street, B.V. (1993) Culture is a verb: Anthropological aspects of language and cultural processes. In D. Graddol, L. Thompson, M. Byram (eds.) *British studies in Applied Linguistics 7. Language and culture*, Clavedon & New York: British Association for Applied Linguistics with Multilingual matters Ltd, pp. 23-43
128. Stroińska, M. (2001) (ed.) *Relative points of view: linguistic representation of culture*, New York & Oxford: Berghahn Books
129. Szerszunowicz, J. (2009) Some remarks on the evaluative connotations of toponymic idioms in a contrastive perspective. In R.Corrigan, E.A. Moravcsik, H. Ouali and K.M.Wheatley (eds.) *Typological studies in language. Formulaic language. Volume I. Distribution and historical change*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., pp. 171-187
130. Swinney D. (1981) Lexical processing during sentence comprehension: effects of higher order constraints and implications for representations. in T. Meyers, J. Laver, J. Anderson (eds.) *The cognitive representation of speech*, North Holland
131. Teliya, V., Bragina, N., Oparina, E., Sandoromirskaya, I. (1998) Phraseology as a language of culture: Its role in the representation of a cultural mentality. In Paul Cowie (ed.) *Phraseology: theory, analysis and application*, Oxford: Oxford University Press, pp. 55-78
132. Tiedens, L.Z. (2001) Anger and advancement versus sadness and subjugation: the effect of negative emotion expressions on social status conferral, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 80, No.1, pp. 86-94
133. Tobossi, P., Fanari, R., Kinou, R. (2009) Why are idioms recognized fast?, *Memory and Cognition*, 37(4), pp. 529-540
134. van Dijk, T., A., (1977a) Context and cognition: Knowledge frames and speech act comprehension, *Journal of Pragmatics*, 1 (3), pp. 211-231
135. van Dijk, T., A., (1977b) Acceptability in context, in S. Greenbaum (ed.) *Acceptability in language*, Mouton: The Hague, pp.39-62, <http://www.discourses.org/OldArticles/Acceptability%20in%20context.pdf>
136. van Dijk, T., A., (1981) Towards an empirical pragmatics. Some social psychological conditions of speech acts, *Philosophica*, 27, pp. 127-138
137. Van Dijk, T.A.(1982) Relevance in text and context, in S.Allen (ed.), *Text processing*, Stockholm, Alinquist& Wiksell, pp.415-432

138. van Dijk, T. A., & Kintsch, W. (1983) *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic
139. Vega- Moreno, R.E. (1993) Idioms, transparency and pragmatic adjustment, in C.Cacciari, P.Tobossi (eds.) *Idioms: Processing, structure and interpretation*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, pp. 389-426
140. Vega- Moreno, R.E.(2001) Representing and processing idioms, *UCL Working Papers in Linguistics*, 13, pp. 73-107
141. Vega- Moreno, R.E.(2003) Relevance theory and the construction of idiom meaning, *UCL Working Papers in Linguistics*, 15/83
142. Vega- Moreno, R.E.(2004) Metaphor interpretation and emergence, *UCL Working Papers in Linguistics*, 15, pp. 83-104
143. Vega- Moreno, R.E. (2007) *Creativity and convention: the pragmatics of everyday figurative speech*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co
144. Vianu, T. (1957) *Problemele metaforei și alte studii de stilistică*, București:Editura de Stat pentru Literatură și Artă
145. Weigand, E. (ed.) (2004) *Emotion in dialogic interaction: advances in the complex. Current Issues in Linguistic Theory*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co
146. Wierzbicka, A. (1998) Sadness and anger in Russian. The non-universality of the so-called “basic human emotions”. In A. Athanasiadou and E. Tabokowska, *Speaking of emotions. Conceptualization and expression*, Berlin & New York: Mouton de Gruyter, pp. 3-29
147. Wilkowski, B.M, Robinson, M.D., Meier, B.P., Carter, M.S, Feltman, R.(2009) ”Hot- headed” is more than an expression: the embodied representation of anger in terms of heat, *Emotion*, Vol.9, No.4, pp. 464-477
148. Wilson, D., Sperber, D. (1981) On Grice’s theory of conversation, in P. Werth (ed.) *Conversation and discourse*, London: Croom Helm
149. Wilson, D., Sperber, D. (2002) Truthfulness and relevance, *Mind*, 443, pp. 583-632
150. Wilson, D. & Carston, R. (2006) Metaphor, relevance and the “Emergence Property” issue, *Mind & Language*, 21 (3): 404-433
151. Wilson, D. (1995) Is there a maxim of truthfulness? *UCL Working Papers in Linguistics*, 7, pp. 197-212
152. Wright, J. (2002) *Idiom Organiser. Organised by metaphor, topic and key word*, edited by Jamie Hill and Morgan Lewis, illustrated by Bill Stott, Boston: Thomson Place

153. Xiuzhi Li (2010) Conceptual Metaphor Theory and Teaching English and Chinese Idioms, *Journal of Language Teaching and Research*, Vol. 1, No. 3, pp. 206-210
154. Zanotto, M.S., Cameron, L., Cavalcanti, M.C., (eds.) (2008) *Confronting metaphor in use. An applied linguistic approach*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co
155. Zdrengea, M. M. (1990) New concepts in the analysis of meaning: speech acts, conversational implicature, presupposition, in Tatiana Makarenko, Maria Voia, Aurel Trofin (eds.) *Studies in English Contrastive Linguistics*, Cluj-Napoca: Universitatea din Cluj-Napoca, Facultatea de Filologie, pp. 99-120
156. Zegarac, C., Pennington, M.C. (2000) Pragmatic transfer in intercultural communication. In H. Spencer-Oatey (ed.) *Culturally speaking managing rapport through talk across cultures*, London: Continuum, pp. 165-190
157. Zeelenberg, M., Pieters, R. (2006) Feeling is for doing: a pragmatic approach to the study of emotions in economic behaviour. In D. DE Cremer, M. Zeelenberg, K. Murnighan (eds.) *Social psychology and Economics*, Mahwah, New York: Erlbaum, pp. 117-140
158. Zevgoli, S. (1998) Idioms in modern language teaching. In Gewehr W. (ed), *Aspects of modern language teaching in Europe*, London: Routledge, pp. 218-236
159. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Third Edition (2008), Cambridge: Cambridge University Press
160. Academia Română (2004) Dicționar Englez – Român, Institutul de Lingvistică “Iorgu-Iordan-Al. Rosetti” Univers Enciclopedic

Selection of Internet Resources

1. <http://www.exampleessays.com/viewpaper.36870.html>
2. [http:// rep-inter-design.wikidot.com/representation-design-and-meaning](http://rep-inter-design.wikidot.com/representation-design-and-meaning)
3. [http:// www.ifl.pt/main/Portals/0/ifl/people/pdfs/AMarques1.pdf](http://www.ifl.pt/main/Portals/0/ifl/people/pdfs/AMarques1.pdf)
4. http://en.wikipedia.org/wiki/Literal_and_figurative_language
5. http://cmapsinternal.ihmc.us/rid%3D1197480393493_945878331_9859/Psycholinguistic%2520Theory%2520and%2520Anomaly1979.pdf
6. <http://www.cogsci.ucsd.edu/~coulson/Papers/coak-jop.pdf>
7. <http://dilbilim.info/yukseklisans/DB%20520/APPLICATIONS/Gibbs%20fig.lg%20unders.%202001MS.pdf>
8. http://www.itd.cnr.it/home/Manuela_Delfino/Paper/Delfino_Manca-AISB05.pdf
9. <http://sfussell.hci.cornell.edu/pubs/Manuscripts/Fussell%26Moss.pdf>

