

ŞCOALA DOCTORALĂ INTERDISCIPLINARĂ

Facultatea de Litere

Raluca OPRESCU (ANGHEL)

Politeţe şi impoliteţe în comunicarea online

**Politeness and impoliteness in online
communication**

REZUMAT

Conducător ştiinţific

Prof.dr. Răzvan Georgian SĂFTOIU

BRAŞOV, 2026

Rezumat

Mutarea interacţiunilor verbale în mediul virtual oferă o nouă perspectivă asupra normelor sociale construite pe baza comportamentelor (ne)politicoase. În comunicarea digitală, sunt numeroase situaţiile în care un mesaj este interpretat greşit, diferit de intenţiile emiţătorului şi reuşita întregului episod de interacţiune este în pericol. În astfel de situaţii, imaginea publică a celor implicaţi în dialog are de suferit şi pot apărea comportamente verbale nepoliticoase.

Pe baza analizei datelor, mi-am propus identificarea comportamentelor verbale cu potenţial (ne)politic şi studierea modului în care acest potenţial este determinat de prezenţa particularităţilor lingvistice şi a elementelor nonverbale. De asemenea, au fost analizate actele de vorbire care alcătuiesc interacţiunile verbale în comunicarea în grupuri de Facebook şi forumuri pe două direcţii (culinar şi montan) şi capacitatea acestora de a proteja sau ameninţa imaginea publică a individului.

Există o preocupare diferită, în funcţie de genul utilizatorilor, pentru respectarea şi menţinerea relaţiilor sociale? Tipul de comunitate virtuală, modul de organizare a acesteia influenţează comportamentul verbal al interactanţilor? Acestea reprezintă principalele direcţii pe care le-am studiat şi pe care nu le-am regăsit abordate în lucrările de specialitate publicate în ultimii 15 ani.

Consider că, în contextul comunicării digitale, o lucrare dedicată modului în care se concretizează comportamentul verbal (ne)politic este binevenită, prin aplicarea conceptelor pragmatice în studiul conversaţiei virtuale în limba română.

În analiza conversaţiilor din comunităţile virtuale selectate, conceptul de politeţe este aplicat din perspectivă interacţională, ca practică socială, depăşind abordarea ca fenomen lingvistic (Brown şi Levinson 1978/1987). Construirea şi menţinerea imaginii publice la nivelul unei comunităţi este rezultatul unui proces continuu de negociere a relaţiei interpersonale (Locher şi Watts 2005) care se desfăşoară pe parcursul interacţiunii verbale.

Relaţiile interpersonale se realizează prin modul în care interacţionează verbal membrii unei comunităţi. Comunicarea din mediul online are particularităţi bine identificabile în comparaţie cu comunicarea faţă în faţă. Deşi beneficiază de facilităţile oferite de aplicaţiile digitale folosite care permit comprimarea distanţelor în spaţiu şi timp, comunicarea digitală nu are cadrul complet al interacţiunii directe alcătuit din secvenţa verbală, susţinută de elementele nonverbale şi paraverbale. Pentru a compensa această lipsă, comunicarea digitală şi-a creat propriul sistem de elemente grafice (emoji, GIF, sticker) şi foloseşte creativ punctuaţia pentru a apropia mesajul scris de varianta sa rostită. Interacţiunea verbală în mediul online combină rigoarea şi stabilitatea scrisului cu libertatea şi dinamica rostirii.

Această lucrare, structurată în 7 capitole, reprezintă o analiză pragma-discursivă a interacţiunilor în care se construiesc comportamente cu potenţial (ne)politic în comunicarea online.

Primul capitol cuprinde o prezentare a principalelor caracteristici specifice mediului digital în care se desfăşoară interacţiunile analizate. Scenariul comunicării interumane este acelaşi ca în cazul interacţiunii faţă în faţă, dar caracteristicile comunicării în medii digitale (CMD) – anonimitate, asincronicitate şi accesibilitate – influenţează modul de a relaţiona prin postările realizate. Pentru menţinerea relaţiilor la nivel de comunitate se întreţine solidaritatea dintre membri prin intermediul

intervenţiilor verbale potrivite şi politicoase. Deşi, încă din momentul aderării la grupul virtual, este exprimat acordul de respectare a regulilor care urmăresc evitarea intervenţiilor nepoliticoase, faptul că utilizatorii au posibilitatea de a-şi ascunde adevărata identitate şi existenţa unui decalaj temporal între postări creează cadrul propice pentru dezvoltarea unei comunicări bazate pe impoliteţe.

În analiza conversaţiilor din comunităţile virtuale, folosesc concepte de pragmatică adaptate mediului digital, reunite în noţiunea de cyberpragmatică (Yus 2011). Cercetătorul propune aplicarea Teoriei Relevanţei (Sperber şi Wilson 1986; 1995) în analiza interacţiunilor verbale. În procesul decodării mesajului este subliniat rolul decisiv pe care îl are contextul comunicativ şi raportul dintre efectul cognitiv şi efortul mental necesare pentru reuşita actului de comunicare.

Pentru o comunicare eficientă, cu intervenţii relevante, receptorul şi emiţătorul trebuie să facă apel la cunoştinţe comune pe care le activează în timpul comunicării, formându-se astfel contextul cognitiv comun.

Propunând o analiză a CMD din perspectiva relevanţei, Yus (2011, 2022) introduce două noi concepte alături de conţinutul informaţional propriu-zis care este codat de emiţător: constrângerile contextuale şi efectele non-propoziţionale. Acestea însoţesc secvenţa verbală şi împreună alcătuiesc contextul comunicativ. Constrângerile contextuale sunt exterioare actului de comunicare şi anterioare momentului de interpretare a mesajului. Pot fi de factură tehnică, obiective (gradul de accesibilitate a utilizării tehnologiei, nivelul de alfabetizare digitală) sau subiective (personalitatea, vârsta, genul şi specificul cultural). În categoria constrângerilor contextuale obiective se încadrează particularitatea alfabetului românesc care conţine diacriticele. Folosirea semnelor diacritice în scrierea unui mesaj implică un cost suplimentar de timp, pentru emiţător, dar efortul cognitiv al receptorului, necesar decodării este mai redus. Efectele non-propoziţionale pot fi (ne)intenţionate şi însoţesc sau înlocuiesc secvenţa verbală din interacţiune. Apar frecvent în schimburile de replici prin care nu se transmite informaţie, dar sunt prezente stările afective, fiind asociate sentimentelor şi emoţiilor.

Fragmentele de interacţiuni verbale analizate sunt culese din conversaţiile purtate în comunităţi virtuale, în cadrul cărora se construieşte o identitate specifică. Nevoia de conectare cu semenii, stabilirea conexiunii sociale oferă sentimente de siguranţă şi de acceptare necesare constituirii stimei de sine. Prin intermediul activităţilor umane s-au creat comunităţi de practică formate din persoane care împărtăşeau interese şi pasiuni comune. În cadrul comunităţii, se oferă sfaturi, informaţii cu rolul de susţinere reciprocă între membri.

În mediul virtual, interacţiunile dintre membri se fac preponderent prin mesaje scrise care folosesc un limbaj specific domeniului de interes, uneori emojiuri asociate pasiunii comune şi se dezvoltă astfel o practică discursivă specifică prin folosirea căreia se demonstrează sub o altă formă apartenenţa la comunitate.

Pentru o bună funcţionare a relaţiilor dintre membri, fiecare participant are o dublă preocupare: protejarea propriei imagini publice şi respectarea nevoilor pe care le are imaginea publică a celorlalţi participanţi la interacţiune. Prin raportarea la grup, imaginea publică a fiecărui individ manifestă două laturi: latura independentă (credinţe, convingeri) care susţine imaginea de autonomie şi latura interdependentă (integrarea, adaptarea la specificul comunităţii) care dezvoltă imaginea de afiliere.

Participarea la interacţiunea din cadrul comunităţii are ca urmare constituirea unei identităţi discursive create pe baza postărilor făcute şi a reacţiilor avute la postările altor participanţi. Identitatea în cadrul unei comunităţi este rezultatul sumei dintre identitatea virtuală pe care o

propune fiecare membru şi identitatea ce se deduce din manifestările sale în interacţiune, se creează astfel o identitate relaţională.

Corpusul lucrării este prezentat în al doilea capitol. Pentru a putea fi realizată analiza comparativă, am ales două tipuri de comunităţi virtuale: grupul de Facebook şi forumul. Structural şi funcţional, cele două au multiple asemănări. Diferenţele definitorii derivă din rapiditatea cu care se face schimbul de replici în cadrul interacţiunilor. Grupul de Facebook, beneficiind de facilităţile reţelei şi aplicaţiei pe baza căreia s-a dezvoltat, permite un dinamism mult mai ridicat, care se manifestă prin replici mai scurte. Forumul apelează la aplicaţii tehnologice care oferă structurarea conversaţiilor pe diferite topicuri şi permit interacţiunea dialogată. Spre deosebire de grupul de Facebook, în forum, comunicarea are predominant caracter asincron, decalajul temporal dintre replici permiţând formularea mai elaborată, cu mai mare preocupare pentru corectitudinea scrisului şi exactitatea informaţiei.

Corpusul lucrării este alcătuit din intervenţii sau fragmente de interacţiuni verbale selectate din activitatea conversaţională desfăşurată în două grupuri de Facebook (GRUP JamilaCuisine – sursa 1 şi Nu sunt singur pe munte – sursa 2) şi două forumuri (ArtaCulinara.com - sursa 3 şi carpati.org – sursa 4). Alegerea este justificată prin faptul că sunt tipuri de comunităţi diferite, cu public predominant masculin sau feminin în funcţie de domeniul de interes al comunităţii: culinar şi montan.

Pentru că scopul acestei lucrări este acela de a analiza (im)politeţea în comunicarea online, am apelat la metode calitative (analiza discursului) şi, punctual, pentru un plus de relevanţă, la metode cantitative.

În cadrul capitolului al treilea este studiat modul în care particularităţile lingvistice specifice comunicării online redau comportamente (ne)politicoase. La nivel grafic, abrevierile şi trunchierile cuvintelor devin de cele mai multe ori mărci ale practicii discursive specifice comunităţii virtuale respective şi conturează sentimentul de solidaritate dintre membri, deci caracterizează comportamente verbale potrivite şi politicoase. Respectarea particularităţilor ortografice – scrierea cu majuscule, cratima, diacriticele – reflectă particularităţile sociolingvistice ale emiţătorului (grad de instrucţie, vârstă, gen) şi demonstrează preocuparea acestuia pentru protejarea imaginii publice negative a interlocutorului. Structura morfosintactică a enunţurilor apropiate scrierea mesajelor de varianta rostită a acestora şi este dovada oralizării textuale specifică pentru comunicarea din mediul online. Structura frazei este mult simplificată, urmând tiparul dialogului direct, iar articolul definit de formă masculină lipseşte, redând rapiditatea rostirii. Respectând specificul limbajului mediilor informatice care este dominat de termeni neologici din limba engleză, vocabularul folosit în interacţiunile din cadrul comunităţilor virtuale este dominat de anglicisme şi de termeni neasimilaţi de limba română din domeniul de interes al grupului.

CMD este caracterizată prin existenţa elementelor nonverbale, analizate în capitolul al patrulea, care sunt folosite în special pentru a recupera minusul reprezentat de lipsa interacţiunii faţă în faţă în cadrul căreia gesturile, mimica şi elementele paraverbale ajutau la o decodare corectă şi facilă a semnificaţiei. Principalele elemente nonverbale folosite sunt cele grafice: emoticon, emoji, sticker şi GIF alături de alterarea textuală prin folosirea creativă a semnelor de punctuaţie şi a tipurilor de litere (majuscule, minuscule).

Emojiurile îndeplinesc în comunicare roluri diferite în funcţie de contextul în care apar. Acestea pot reda în mod direct emoţia pe care emiţătorul intenţionează să o trimită: faţă încruntată, faţă zâmbitoare cu ochi-inimi. În anumite contexte comunicative, pot fi folosite pentru a substitui cuvântul

pe care îl redau grafic (🍎, 🍰, 🍷), adăugând mesajului o notă ludică şi uneori se poate face chiar economie de timp (când printr-un simplu emoji se redă un întreg enunţ, ex. ☕ - invitaţie la o ieşire la cafea). O funcţie importantă din punct de vedere pragmatic este cea de reducere a forţei ilocuţionare. Un act de vorbire directiv, care transmite o solicitare, dacă este însoţit de o faţă zâmbitoare sau de o faţă care trimite o îmbrăţişare, este mai uşor de acceptat de către receptor, deoarece este diminuat potenţialul ameninţător al actului verbal la adresa imaginii publice a receptorului. Emojiul acţionează ca un element cu efect atenuator al forţei ilocuţionare.

Dacă emojiurile redau, în majoritatea cazurilor, aspectele nonverbale din comunicarea faţă în faţă, alterarea textuală are rolul de a suplini lipsa elementelor paraverbale. Folosirea abundentă a semnelor de punctuaţie subliniază intonaţia cu care era rostită replica, iar scrierea unui cuvânt doar cu majuscule sugerează un ton agresiv.

Pentru că ambele tipuri de elemente nonverbale folosite în CMD au o legătură directă sau indirectă cu emoţia, cu încărcătura afectivă a mesajului, folosirea acestora este foarte importantă în decodarea şi interpretarea unui comportament verbal ca fiind potrivit, politicos sau nepoliticos.

Capitolul al cincilea cuprinde o prezentare diacronică a teoriilor despre politeţe şi impoliteţe. Începuturile cercetării în domeniu au pornit de la principiul cooperării (Grice 1975) şi principiul politeţii (Leech 1983). Reuşita unei interacţiuni verbale constă în respectarea scopului informaţional, prin intermediul maximelor conversaţionale şi preocuparea pentru menţinerea relaţiilor sociale prin protejarea imaginii publice a interlocutorului.

Primul val al teoriilor politeţii abordează acest concept pragmatic acordând atenţie mijloacelor lingvistice folosite pentru menajarea imaginii publice. Prin demersul lor teoretic, constituit din perspectiva emiţătorului, Brown şi Levinson (1978/1987) prezintă două tipuri de imagine publică (pozitivă şi negativă) care se diferenţiază prin dorinţa de implicare, respectiv de independenţă. Pentru evitarea actelor verbale cu potenţial ameninţător la adresa imaginii publice, sunt propuse superstrategii ale politeţii: politeţea pozitivă şi politeţea negativă.

Al doilea val al studiilor despre politeţe îl reprezintă abordarea discursivă (Grainger 2011) şi analizează politeţea ca un proces de dublă implicare a intenţiilor emiţătorului şi a interpretării receptorului, într-un proces de negociere a raportului dintre imaginile publice ale interlocutorilor. Un comportament verbal nu este politicos sau nepoliticos în sine, ci depinde de modul în care este receptat în funcţie de particularităţile personale, culturale şi sociale ale celor implicaţi în comunicare.

Locher şi Watts (2005) propun abordarea politeţii ca parte a unui proces continuu la nivel relaţional care are ca urmare constituirea discursivă a imaginii publice. Interpretarea sa se face în contextul comunicativ în care apare şi aceasta este determinată de negocierea relaţiei interpersonale, un proces în care sunt implicaţi locutorii. Din această perspectivă, Watts (2003) identifică trei tipuri de comportament: potrivit, politicos şi nepoliticos.

Impoliteţea a fost iniţial considerată opusul politeţii, dar în timp, studiile au nuanţat analiza. Treptat, impoliteţea nu a mai fost identificată ca simpla intenţie a emiţătorului de a ataca imaginea publică a receptorului şi a fost extins cadrul analizei care cuprinde aşteptările locutorilor determinate de contextul situaţional, dorinţe şi credinţe.

Pentru menţinerea relaţiilor dintre membrii unei comunităţi, în interacţiunea verbală sunt luate în considerare atât locurile comune, care îi apropie (interese, preocupări), cât şi aspectele particulare ale fiecărui individ. Dacă unele dintre aceste caracteristici sunt ignorate, apar comportamente verbale nepoliticoase care pun în pericol comunicarea şi acceptarea la nivel de comunitate.

În cadrul comunității virtuale, se acordă o mare importanță componentei interacționale a comunicării, alături de conținutul informațional.

O modalitate specifică CMD de manifestare a solidarității și a preocupării pentru protejarea și (uneori) flatarea imaginii publice a interlocutorului este utilizarea butoanelor de reacție *like* și *ador*. Cu un efort minim, este transmisă susținerea și aprecierea pentru o postare anterioară a unui membru din comunitate.

Apariția comportamentelor verbale nepoliticoase este favorizată de caracterul anonim al CMD, de posibilitatea ca utilizatorii să își ascundă adevărata identitate, context ce permite un comportament verbal mai agresiv, fără a exista teama de consecințe sau de asociere directă cu persoana reală a emițătorului.

Comportamentele nepoliticoase apar în interacțiunile din comunitățile virtuale atunci când au trecut de filtrul de supraveghere al administratorului și al moderatorilor. Prezența acestui tip de comportament afectează imaginea publică a receptorilor, este perceput drept manifestare a impoliteții conversaționale, dar la nivel de grup, de cele mai multe ori, se produc reacții de susținere a utilizatorului care a fost vizat de agresiunea verbală și se consolidează solidaritatea dintre membri.

Următorul capitol de analiză al lucrării, al șaselea, este dedicat studierii modului în care actele verbale și interacțiunea alcătuită de acestea pot reda comportamente (ne)politicoase. Dintre clasificările actelor de vorbire, am ales taxonomia lui Weigand (2016) care propune, din perspectivă dialogică, două tipuri: act de inițiere și act de reacție. Interacțiunile verbale din cadrul comunităților virtuale reprezintă ample dialoguri pe diferite teme de interes. Acest capitol reprezintă analiza modului în care actele de vorbire (Searle 1969) acționează în conversațiile digitale ca acte de inițiere sau acte de reacție (Weigand 2010). În analiza acestora am urmărit simultan identificarea particularităților pe care le are CMD la nivel de comunitate (structura enunțului, utilizarea de emojiuri, punctuație creativă) și strategiile de realizare a (im)politeții.

În capitolul al șaptelea, am analizat modul în care interdependența dintre actele verbale din cadrul interacțiunilor poate reda atitudini (ne)politicoase. Partea dedicată analizei integrative este alcătuită din patru secțiuni corespunzătoare celor patru surse ale corpusului. Din cadrul fiecăreia, a fost analizată o interacțiune verbală sau o secvență de interacțiune, cu scopul de a studia formele specifice de manifestare a (im)politeții în funcție de genul dominant al membrilor și de tipul de comunitate.

În comunitățile cu public majoritar feminin, se acordă o atenție mai mare transmiterii emoției și menținerii relațiilor dintre membri, spre deosebire de comunitățile de utilizatori masculini, unde preocuparea principală este consolidarea poziției autoritare. Prin apropierea de caracterul imediat, sincron al comunicării față în față, grupul de Facebook are interacțiuni mai scurte, comprimate, spre deosebire de forumuri, ai căror membri manifestă preocupare pentru calitatea și cantitatea informației trimise.

Ultima parte a lucrării este alcătuită din concluzii și prezentarea posibilelor viitoare direcții de cercetare.

La final, există două anexe care conțin elemente din corpus. Prima anexă cuprinde imagini relevante pentru interpretarea exemplelor și necesare pentru constituirea contextului comunicativ. A doua anexă este alcătuită din patru secțiuni, care cuprind interacțiunile analizate în capitolul 7, preluate din sursele care alcătuiesc corpusul.

În urma studiului desfășurat pe parcursul celor șapte capitole, au fost conturate principalele particularități și tendințe pe care le are utilizarea unor comportamente verbale politicoase sau nepoliticoase în comunicarea din cadrul comunităților virtuale.

În ultimele decenii, oamenilor li s-a oferit posibilitatea de a interacționa și de a crea legături cu alte persoane preocupate de același domeniu de interes în cadrul comunităților digitale, prin intermediul CMD. Modul de a comunica în spațiul virtual se apropie de comunicarea orală, față în față, dar se realizează în scris, confruntându-se cu rigoarea textului și cu dificultatea de a reda componenta afectivă a actului de comunicare. Deși are acest caracter hibrid, o asociere între oral și scris, CMD a reușit să însumeze caracteristicile care o definesc drept o nouă formă de comunicare: anonimitate, asincronicitate și accesibilitate. Oferă posibilitatea participanților la comunicare de a-și ascunde adevărata identitate și de a interacționa foarte ușor, cu toate că nu se află simultan într-un cadru situațional comun. Pentru a se putea vorbi de reușita actului de comunicare, interlocutorii trebuie să aibă un context cognitiv comun, care este posibil în măsura în care bagajul lor de informații are locuri comune și să depășească posibilele constrângeri contextuale care pun în pericol comunicarea. Modul în care utilizatorii se raportează la comunicare, preocuparea pentru eficiența interacțiunii și grija pentru menajarea imaginii publice a receptorului se reflectă în comportamentele verbale (ne)politicoase pe care le au.

Componenta socială a personalității se manifestă în mediul online prin aderarea la comunități virtuale care facilitează colaborarea fără limite de timp și spațiu. În interacțiunile din cadrul comunității fiecare membru are o identitate care se construiește ca rezultat al modului în care decide să se prezinte, prin identitatea virtuală creată, și identitatea rezultată în urma legăturilor cu ceilalți membri, identitatea din interacțiune. În funcție de gradul de implicare în activitatea comunității, utilizatorul decide dacă urmărește crearea unei imaginii publice pozitive, prin integrare în grup sau își definește imaginea publică negativă, prin dorința de independență. Caracterul anonim al CMD face posibilă ascunderea utilizatorilor în spatele unor identități virtuale create artificial și în aceste cazuri actele de vorbire nepoliticoase sunt mai frecvente nefiind posibilă asocierea entității virtuale cu persoana reală.

Cele două tipuri de comunități virtuale, forumul și grupul de Facebook, se aseamănă ca funcționare și organizare, dar se diferențiază prin tipul interacțiunilor: mai ample și cu preocupare mai mare pentru conținutul informațional, în cazul forumurilor, scurte și mai puțin formale, în grupul de Facebook. Principala caracteristică ce diferențiază cele două tipuri de comunități este caracterul (relativ) sincron al grupului și caracterul asincron al forumului, de unde rezultă un interes diferit, pentru calitatea informațională a intervenției, spre deosebire de rapiditatea replicii. În cazul grupului de Facebook primează ritmul alert al interacțiunii, deci un caracter mult mai dinamic, aspect ce îl face să fie preferat în ultima perioadă în defavoarea forumului.

Corpus și metodologie

Pornind de la realitatea că mare parte din legăturile sociale se realizează prin intermediul platformelor de socializare și în cadrul comunităților virtuale, mi-am propus să studiez particularitățile

comportamentelor cu potențial (ne)politicos în funcție de tipul de grup social virtual și de genul publicului majoritar implicat în interacțiuni.

Corpusul lucrării este selectat din interacțiuni reale specifice comunităților virtuale. Fiecare sursă a corpusului are particularitățile sale și din acest motiv întrebările cercetării, care respectă caracteristicile generale ale CMD, se adaptează contextului comunicativ analizat, urmărind obținerea unui rezultat care să ofere o imagine de ansamblu asupra fenomenului de (im)politețe în comunitățile virtuale.

În cadrul acestei cercetări, obiectivele, întrebările de cercetare și metodele de analiză sunt corelate direct, astfel încât demersul analitic este susținut de date relevante și de proceduri de prelucrare adecvate. Materialul analizat cuprinde extrase din conversații colectate din patru tipuri de comunități virtuale: forum montan, forum culinar, grup de Facebook montan și grup de Facebook culinar. Această structură permite atât analiza diferențelor determinate de platforma utilizată (forum vs. rețea socială), cât și a particularităților generate de tipul de comunitate (interes montan vs. interes culinar) și de genul predominant al participanților.

Obiectivul 1 constă în identificarea particularităților lingvistice ale CMD în comunitățile virtuale analizate. În acest sens, întrebarea principală și subîntrebările asociate sunt:

- **Care sunt particularitățile lingvistice ale CMD în cadrul comunităților virtuale analizate?**
 - În ce măsură particularitățile lingvistice și abaterea de la norma gramaticală influențează percepția comportamentului (ne)politicos?
 - Ce diferențe apar în utilizarea limbajului în funcție de genul predominant al grupului?

Extrasele din corpus au fost supuse unei analize lingvistice calitative și comparative pentru a identifica marcatorii specifici unui discurs hibrid (oral/scris/computerizat) și a formelor lingvistice recurente.

Obiectivul 2 vizează determinarea rolului elementelor nonverbale (emojiuri, GIF-uri, imagini) în construirea caracterului (ne)politicos al interacțiunilor. Întrebarea principală și subîntrebările aferente sunt:

- **În ce măsură elementele nonverbale utilizate în CMD contribuie la construirea caracterului (ne)politicos al unei interacțiuni verbale?**
 - Care sunt funcțiile principale ale elementelor grafice (emojiuri, GIF-uri, imagini) în comunicare?
 - În ce mod contribuie elementele grafice la constituirea potențialului (ne)politicos al interacțiunii?

Analiza este pragma-semantică și se aplică pe secvențe conversaționale multimodale, pentru a identifica funcțiile elementelor grafice și impactul lor asupra relațiilor.

Obiectivul 3 are în vedere influența particularităților actelor de vorbire în CMD asupra interpretării lor ca manifestări (ne)politicoase. Întrebarea principală și subîntrebările corespunzătoare sunt:

- **Cum influențează particularitățile actelor de vorbire din CMD interpretarea acestora drept comportamente (ne)politicoase?**
 - Cum diferă interacțiunea verbală în funcție de tipul de comunitate (forum vs. grup de Facebook)?

- Ce diferenţe există în complexitatea structurilor actelor verbale între comunităţi cu predominantă masculină şi cele cu predominantă feminină?

Metodele aplicate în acest caz includ analiza pragma-discursivă, completată de statistici descriptive şi comparative, pentru a identifica tiparele conversaţionale specifice fiecărei comunităţi.

Pentru studierea interacţiunilor verbale din cadrul comunităţilor virtuale se pot asocia metode de cercetare la nivel discursiv şi la nivel social. Analiza discursului reprezintă o metodă calitativă care oferă o perspectivă asupra modului în care utilizarea limbajului este influenţată şi influenţează relaţiile sociale. În cadrul unei comunităţi virtuale alcătuite din utilizatori aflaţi la distanţă, interacţiunile verbale reprezintă mijlocul de a stabili şi menţine conexiunea socială cu ceilalţi membri. Abordarea pragma-discursivă corelează analiza pragmatică (de ex., cooperare, politeţe, interpretarea textului în contextul mai larg, relevanţa în enunţ şi în ansamblul conversaţional) cu analiza discursului care studiază modul în care este folosit limbajul în interacţiuni, pentru a îndeplini scopuri sociale.

La nivelul comunităţilor virtuale, limbajul este folosit în contexte reale de interacţiune pentru a transmite informaţii şi componente afective ce au ca urmare crearea de relaţii sociale. Analiza discursului a fost folosită pentru a studia modul în care oamenii creează şi menţin interacţiunile cotidiene prin intermediul limbajului în varianta sa digitală. Din această perspectivă, sunt studiate secvenţele interacţiunii verbale, organizarea schimburilor conversaţionale şi măsura în care sunt respectate, în dialog, principiul politeţii şi principiul cooperării cu scopul menţinerii conexiunii sociale.

Am optat pentru o abordare calitativă a datelor, având în vedere faptul că apariţia comportamentelor verbale potrivite sau (ne)politicoase nu este condiţionată de alţi factori implicaţi în procesul de comunicare. În comunităţile virtuale, pot exista interacţiuni fără a fi prezente mărci de (im)politeţe, dar acestea nu fac obiectul studiului realizat şi nu au fost incluse în analiză. Există situaţii conversaţionale în care abundă un tip de comportament verbal sau o îmbinare de comportamente care pot fi analizate prin metode cantitative. Alături de analiza calitativă am inclus punctual interacţiuni analizate la nivel cantitativ ale căror rezultate sunt relevante pentru modul în care apar mărcile de (im)politeţe.

Din aplicarea simultană sau succesivă a metodelor de cercetare, rezultă caracterul dinamic al fenomenului (im)politeţii în comunicarea digitală. În cadrul unui fir discursiv, acelaşi comportament verbal poate fi receptat diferit, potrivit sau (ne)politic, de către receptori diferiţi, în funcţie de particularităţile (individuale, culturale, sociale) ale fiecăruia. Din acest motiv, relaţiile sociale stabilite între membrii unei comunităţi virtuale pot varia. La nivel de grup, forma de manifestare a politeţii în interacţiunile verbale nu are un caracter punctual, se desfăşoară ca un proces continuu care are ca urmare negocierea relaţiei interpersonale (Locher şi Watts 2005).

Un singur fir conversaţional poate fi reluat după o perioadă mai lungă de pauză. Aducerea în actualitate a unei interacţiuni mai vechi este posibilă datorită apariţiei sale în fluxul postărilor sau ca urmare a acţiunii de căutare prin intermediul unui cuvânt cheie. Pentru a se putea vorbi de reluarea unei conversaţii este necesară apariţia unei noi perechi acţiune – reacţie la nivelul actelor verbale. În acest sens, am folosit în analiză principiul dialogic (Weigand 2010) pe baza căruia sunt construite interacţiunile verbale şi care favorizează studierea modului de organizare a actelor verbale în dialog, i.e. acte de iniţiere şi acte de reacţie. Aprecierea unui comportament verbal ca potrivit, politic sau nepolitic este determinată de seria actelor verbale din care este alcătuit, de succesiunea acestora (apreciere urmată de solicitare sau perechea de adiacenţă: apreciere – mulţumire), de particularităţile

lingvistice și elementele nonverbale prezente, toate aceste aspecte reportate la scopul conversațional urmărit. Natura interacțiunilor verbale determină în mod direct relațiile dintre indivizi la nivel de comunitate.

Particularități lingvistice în CMD

De-a lungul timpului, unul dintre elementele esențiale în jurul cărora s-au constituit comunitățile a fost limba. Indivizi care aveau în comun aceeași limbă au format o comunitate care a putut funcționa datorită comunicării interpersonale. În sens descriptiv, noțiunea de comunitate implică o trăsătură, un element pe care oamenii îl au în comun: naționalitatea, credința religioasă, apartenența la o școală. Există, de asemenea, și sensul relațional, care constă în faptul că membrii se recunosc și se raportează la comunitate ca la un întreg (Neely 2012). Un astfel de exemplu este comunitatea de practică (Wenger 1998) ce reunește indivizii care au o pasiune comună și folosesc comunicarea pentru a atinge scopuri informative și relaționale (Swales 1990). Comunitățile virtuale sunt comunități de practică. Pentru a face parte dintr-o comunitate virtuală nu trebuie îndeplinită o anumită regulă (latura descriptivă); includerea se face în urma recunoașterii de către ceilalți membri (latura relațională), pe baza intereselor și scopurilor comune. Comunitățile de practică sunt cele care predomină în mediul online, interacțiunea dintre membrii acestora realizându-se într-un mediu digital. Această nouă formă de comunicare este caracteristică pentru Web 2.0.

Noțiunea de Web 2.0 sau „webul social”, bidirecțional s-a impus la începutul secolului XXI și a cuprins partea din internet dedicată comunicării și relaționării interumane. Interacțiunile umane sunt încurajate și întreținute prin social-media care are ca principal scop crearea de rețele sociale. Instrumentele folosite în constituirea acestor rețele au favorizat formarea și dezvoltarea comunităților de practică, datorită faptului că promovează colaborarea și participarea la acțiuni și inițiative comune.

Termenul de Web 2.0 a fost folosit pentru prima dată, în 2004, de Tim O'Reilly un antreprenor din California, care a organizat o conferință unde au participat lideri ai companiilor a căror activitate economică era desfășurată exclusiv în mediul online. Apariția webului social este urmarea firească a diversificării modalităților de utilizare a internetului. Funcțiile anterioare îndeplinite de comunicarea unidirecțională în mediul online sunt desemnate, în mod simbolic, prin noțiunea de Web 1.0.

Despre comunicarea prin intermediul internetului s-a discutat pentru prima dată în jurul anului 1980, dar adevăratele studii dedicate au apărut după anul 2000, atunci când latura interactivă a mediului digital a căpătat un avânt incontestabil. În ultimele decenii, ponderea CMD în sfera comunicării interpersonale este din ce în ce mai mare, aducând cu ea o deosebită dinamică la nivel de caracteristici. Web 2.0, cu componenta sa relațională, oferă ocazia utilizatorilor de a participa direct la interacțiuni și de a crea conținut digital prin postările realizate. Pe baza comunicării digitale - care are drept urmare formarea de relații - se creează o etică a colaborării, iar internetul este utilizat ca o imensă platformă socială. Spre deosebire de Web 1.0, Web 2.0 este despre scris, nu despre citit, despre conversații, nu despre lectură, despre comunități, nu despre companii (ThurLOW 2013).

Prin conștientizarea importanței pe care o are internetul ca mediu ce favorizează relațiile sociale, atenția s-a mutat dinspre tehnologie înspre oameni, deci rolul limbii este unul esențial (Stipiuc 2016).

La început, comunicarea în medii digitale era văzută ca un domeniu cu particularități de suprafață, care folosea un limbaj lipsit de expresivitate, cu abrevieri și emoticoane. Pe parcursul

dezvoltării laturii interactive, modul de comunicare a atras atenția specialiștilor în lingvistică și pragmatică (Yus 2011). De-a lungul anilor, această latură a comunicării a fost desemnată prin diferite noțiuni: „computer mediated communication” (Herring 1996), „electronic language” (Collot și Belmore 1996), „electronic speech” (Davis și Brewer 1997), „netlish”, „weblish”, „netling”, „cyberspeak” (Crystal 2001), „cyberlanguage” (MacFadyen, Doff 2004) și a fost analizată de „cyberpragmatics” (Yus 2011).

Fiind vorba despre utilizarea limbajului pentru realizarea interacțiunilor și relațiilor umane, se poate face o analiză pragmatică a modului în care particularitățile comunicării în medii digitale se reflectă în alcătuirea și menținerea imaginii publice a utilizatorilor și în construirea de comportamente verbale politicoase sau nepoliticoase. Scopul pe care l-am urmărit a fost identificarea particularităților limbii române în varianta online, i.e. „româna digitală”, la nivel de comunitate virtuală și modul în care acestea se regăsesc în diferite tipuri de comportamentele verbale.

Cea mai amplă parte a secțiunii dedicate perspectivei lingvistice cuprinde analiza exemplurilor din conversațiile prezente în forumuri sau grupuri de Facebook, extrase relevante pentru modul în care se realizează comportamentele verbale (ne)politicoase.

În ultimele decenii, în literatura de specialitate, s-au publicat o serie de lucrări care au analizat particularitățile pe care le are comunicarea în varianta sa online: Herring (1996), Davis și Brewer (1997) – *discurs electronic*, Crystal (2006) – *limbajul Internetului*, Thurlow (2011, 2020), Bou-Franch și Graces-Conejos Blitvich (2019) – *discurs digital*. Particularitățile lingvistice ale românei digitale au fost studiate de Trohin (2006), Mladin (2009, *cyberscriere*), Pomian (2009, *stil funcțional electronic*), Drulă (2014), Stipiuc (2016), Radu (2020, *cyberlimba*). Alți autori au studiat limba română actuală, cu trimiteri la limbajul online: Zafiu (2001, *oralitate transcrisă*), Guțu-Romalo (2005), Milică (2009).

Analiza CMD identifică particularitățile lingvistice la mai multe niveluri: grafic, ortografic, morfosintactic, lexical. Au fost selectate exemplele relevante pentru specificul interacțiunilor din cadrul celor patru surse ale corpusului.

În ambele tipuri de comunitate virtuală (grup de Facebook și forum), textul din interacțiunile verbale păstrează caracteristicile care îl apropie de varianta sa orală, iar mărcile specifice oralității sunt cele care predomină: folosirea expresivă a minusculilor/majusculilor, abateri de la normele de scriere și influențele limbii engleze la nivel de vocabular.

Membrii comunităților, indiferent de genul predominant, manifestă preocupare pentru exprimarea corectă, iar majoritatea greșelilor de scriere sunt justificate de dorința de a răspunde cât mai rapid. Acesta este motivul pentru care abaterea de la norme este mai frecventă în cazul grupului de Facebook. Interacțiunea verbală din cadrul forumului nu se află sub presiunea timpului și din acest motiv scrierea cu greșeli este receptată ca lipsă de preocupare și indiferență față de interlocutor care este nevoit să depună un efort cognitiv suplimentar pentru decodarea corectă a mesajului. Postarea repetată de mesaje care conțin abateri de la normă sau existența mai multor greșeli de scriere în cadrul unei singure intervenții poate fi interpretată ca un comportament verbal nepotrivit sau nepolitic pentru că utilizatorul nu manifestă preocupare pentru protejarea imaginii publice negative a celorlalți membri din comunitate.

În comunitățile virtuale, mărcile oralității scrise sunt folosite pentru consolidarea relațiilor interumane, prin comportamente politicoase care susțin imaginea publică pozitivă a locutorilor și diminuează potențialul agresiv al actelor verbale. Comportamentele negative sunt prezente în interacțiunile în care se negociază relația de putere și pot pune în pericol conexiunea între membri.

Acest tip de comportament verbal este mai formal la nivel de scriere şi mai riguros în exprimare, impunând indirect autoritatea utilizatorului.

În urma analizei particularităţilor lingvistice ale comunicării din mediul online românesc, reiese faptul că limba română se află, poate, în cea mai dinamică perioadă de evoluţie din ultimele decenii. Trecerea timpului va dovedi dacă particularităţile comunicării online vor tinde să se apropie de norma lingvistică oficială sau aceste variante vor deveni treptat acceptate. Limbajul internetului, prin intermediul aspectelor grafice, morfosintactice şi lexicale reuşeşte să redea prin scris specificul exprimării orale. Aşadar discursul din mediul online îmbină particularităţile discursului oral cu cele ale discursului scris, oferind o nouă formă de discurs caracterizată prin dinamism şi actualitate.

Elemente non-verbale în CMD

Aflându-se la intersecţia dintre exprimarea orală şi cea scrisă, comunicarea din medii digitale nu se limitează la secvenţa verbală a mesajului.

Liantul unei comunităţi, cel care face posibilă şi întreţine conexiunea socială, este comunicarea. Deşi atunci când vorbim despre comunicare ne gândim la utilizarea limbii drept cod, acest proces este mult mai complex. Alături de comunicarea verbală există elemente vizuale (mimică, gesturi, postura corpului) şi elemente vocale (tonul vocii, ritmul vorbirii, pauze). Ponderea elementelor verbale este mult mai redusă decât pare la prima vedere. „7-38-55” (Mehrabian 1968) este formula ce caracterizează comunicarea umană directă: doar 7% dintr-un mesaj este transmis de elementele verbale, în timp ce tonul, intensitatea vocii, ritmul şi pauzele reprezintă 38%. Ce se transmite dincolo de cuvinte, în plus faţă de ceea ce este rostit, reprezintă elementele nonverbale, 55%. În cazul comunicării umane directe, faţă în faţă, cele trei tipuri de elemente apar simultan. Dacă actul de comunicare este mediat de telefon, dimensiunea nonverbală dispare, lipsesc informaţiile oferite pe cale vizuală. Comunicarea scrisă este dominată de cuvânt, iar informaţia suplimentară pe care ar fi transmis-o elementele paralingvistice (vizuale sau vocale) este redată prin intermediul semnelor de punctuaţie.

În structura lucrării, un loc esenţial îl ocupă analiza modului în care elementele nonverbale din CMD pot influenţa decodarea mesajului primit, stabilirea relaţiilor dintre membrii unei comunităţi şi receptarea unui comportament verbal drept politicos sau nepolitic. Pentru a avea certitudinea că semnificaţia unui mesaj este înţeleasă în totalitate, acesta trebuie interpretat ca un întreg, i.e., componentă lingvistică şi elemente paralingvistice/nonverbale (vizuale şi vocale). Studiul importanţei elementelor nonverbale începe cu abordarea la nivel teoretic a noţiunii de comunicare nonverbală în interacţiunile digitale şi este urmată de analiza elementelor nonverbale. Dintre acestea, cele mai importante sunt aplicate pe exemple extrase din corpus: emoji, punctuaţia şi ortografia non-standard, GIF-ul.

Elementele grafice apar mai des în contexte familiare, cu încărcătură emoţională, atunci când între cei implicaţi în comunicare există relaţii de prietenie, de apropiere. Emojiurile contribuie la construirea solidarităţii de grup şi sunt folosite pentru a menţine relaţiile sociale (Kelly şi Watts 2015). Sunt mai rar întâlnite în contexte formale, oficiale, orientate pe îndeplinirea de sarcini, în scenarii neutre, la locul de muncă.

De-a lungul timpului, în cadrul lucrărilor dedicate emojiurilor au fost identificate mai multe funcţii pe care aceste elemente grafice le îndeplinesc în comunicare. Dresner şi Herring (2010)

consideră că în funcție de contextul în care apar, emojiurile pot fi *indici nonverbal ai emoției, indici non-emoțional, indici atenuatori ai forței ilocuționare*. Yus (2014) propune o analiză pragmatică, din perspectiva Teoriei Relevanței (Sperber și Wilson 1986) prin intermediul căreia studiază modalitatea folosită de oameni pentru a filtra informațiile importante pentru ei în funcție de contextul în care se află când are loc comunicarea. Funcțiile elementelor nonverbale sunt definite prin raportare la măsura în care emojiul determină înțelegerea (in)corectă a textului pe care îl însoțește și produce o interpretare (in)adecvată pentru sentimentele și emoțiile emițătorului mesajului:

- *Ajută la clarificarea mesajului sau a atitudinii care se deduce din text, dar care ar fi dificil de identificat fără ajutorul emojiului.*
- *Adaugă un plus de intensitate atitudinii/emoției care a fost deja codată verbal.*
- *Diminuează forța ilocuționară a unui act verbal, reducând astfel pericolul de amenințare a imaginii publice a individului.*
- *Contrazice conținutul explicit al enunțului.* Sunt două forme de manifestare a acestei funcții: (a) gluma și (b) ironia.
- *Adaugă un sentiment sau o emoție la conținutul verbal al enunțului (lângă o informație neutră apare un emoji care aduce emoție)*
- *Adaugă un sentiment sau o emoție în paralel cu actul comunicativ, redă felul în care interacțiunea i-a făcut să se simtă pe vorbitori (rolul social al emojiului).*
- *Comunică intensitatea sentimentului sau a emoției codate verbal. Emojiul produce o interpretare mai precisă a amplitudinii emoției transmise.*

În CMD, emojiurile ajută la transmiterea sentimentelor și emoțiilor utilizatorului, reducând riscul interpretărilor greșite. Deși pot părea uneori irelevante, emojiurile sunt foarte utile pentru receptor, deoarece clarifică sau subliniază anumite aspecte din conținutul verbal al mesajului.

Lo (2008) și Lour et al. (2010) sunt de părere că, atunci când utilizatorii citesc un mesaj primit care conține exclusiv text și niciun emoji, mulți dintre ei nu decodează componenta emoțională (sentimente, emoții) intenționată de autor. Efortul mental necesar este prea mare în raport cu câștigul cognitiv obținut, deci enunțul nu este suficient de relevant. Combinarea de elemente vizuale și text creează o atitudine pozitivă, spre deosebire de un text simplu, neutru. Utilizatorul care folosește emojiuri este perceput drept extrovertit, deschis. Mesajele care conțin emojiuri sunt mai ușor de înțeles și au un impact pozitiv asupra receptorului, de cele mai multe ori: 70% din mesajele cu emoji transmit emoții pozitive, 15% emoții negative, iar 15% sunt neutre (Danesi 2017).

În sursele analizate, cu utilizatori predominant de gen feminin, rolul elementelor de alterare textuală (reperarea semnelor de punctuație, folosirea majusculilor) este mai ales acela de a compensa lipsa elementelor nonverbale (vizuale sau vocale). Se resimte nevoia de a sublinia încărcătura afectivă care însoțește mesajul scris sau dorința utilizatorului de a se asigura că mesajul în totalitate sa este corect înțeles. Utilizatorii urmăresc crearea unei atmosfere plăcute, în care predomină mărcile solidarității. În consolidarea relațiilor apropiate din cadrul comunității, elementele nonverbale folosite în comunicare au un rol foarte important.

În intervențiile lor, utilizatorii de gen masculin folosesc alterarea textuală cu scopul sublinierii mesajului transmis și pentru conturarea pertinentei pe care o au informațiile oferite. Prin interacțiunile comunicative se protejează imaginea publică negativă a utilizatorului și deseori este

ameninţată imaginea publică negativă a receptorului. Elementele nonverbale sunt folosite în comunicare pentru a contura teritoriul în care se manifestă şi se menţine autonomia emiţătorului. Conversaţiile purtate în grupurile cu public predominant masculin sunt dominate de aspectele de manifestare a puterii care pot fi identificate prin comportamente potrivite unui cadru formal, posibil conflictuale, nepoliticoase sau agresive. Dacă publicul feminin manifestă preocupare pentru încărcătura afectivă a mesajului, publicul masculin este orientat pe construirea unei poziţii autoritare.

La nivelul elementelor nonverbale din conversaţiile purtate pe forumuri sau grupurile de Facebook, un loc foarte important îl ocupă emojiurile şi varianta mult mai complexă, GIF-ul. Utilizarea acestora creează o notă ludică, relaxată, produce un grad ridicat de expresivitate. Analizând rolul pe care îl îndeplinesc în comunicarea digitală, se poate constata că aceste elemente grafice nuanţează sau susţin semnificaţia transmisă de mesajul scris. În prezent, comunicarea pe reţelele sociale implică folosirea de emojiuri şi GIF-uri, apariţia lor fiind considerată firească. Acest aspect este receptat ca o particularitate a comunicării în mediul digital. Pe lângă elementele grafice, apar particularităţi de punctuaţie şi ortografie non-standard, valorificate creativ. Alterarea textuală îndeplineşte funcţii asemănătoare cu cele pe care le au emojiurile.

Din analiza corpusului, reiese că utilizarea elementelor nonverbale este mult mai frecventă în grupurile de Facebook, spre deosebire de forumuri. Dinamica intervenţiilor dintr-o conversaţie pe Facebook este mult mai mare, deseori comunicarea fiind sincronă. Forumul are un caracter mai formal, în care emojiul sau alterarea textuală apar mult mai rar, nefiind la fel de necesare ca în cazul platformei Facebook, pentru că mesajul transmis este elaborat fără presiunea timpului şi astfel se redă întreaga informaţie prin secvenţa verbală.

Analiza particularităţilor de utilizare a elementelor nonverbale în funcţie de genul utilizatorilor care alcătuiesc grupul virtual demonstrează că publicul feminin preferă elementele grafice mai mult decât utilizatorii de gen masculin. Se valorifică astfel rolul de intensificatori de emoţie pe care îl au emojiurile. În cazul publicului feminin, contează implicarea personală, latura afectivă şi menţinerea relaţiilor sociale. Intervenţiile din comunităţile în care predomină persoanele de gen masculin sunt mai formale, sunt preferate abordările directe care urmăresc convingerea interlocutorului. În acest sens, contează mai mult interesul personal decât coeziunea socială.

Indiferent de tipul elementelor nonverbale utilizate, se poate vorbi de o dinamică a limbii române în CMD, care nu trebuie privită ca o ameninţare pentru folosirea limbii standard. Conversaţiile din mediile digitale se confundă astăzi cu utilizarea creativă a punctuaţiei şi a elementelor grafice statice, emoji/emoticon sau dinamice, GIF.

CMD nu poate fi analizată fără a se acorda maximă atenţie întregii serii de elemente nonverbale prezente în cadrul intervenţiilor de pe reţelele sociale, pentru că elementele grafice fac parte din limbajul mediului online. Interpretarea emojiurilor sau a punctuaţiei non-standard se asociază direct cu comunicarea în Web 2.0, prezenţa acestor elemente nonverbale fiind un fapt evident.

Politeţe şi impoliteţe

De-a lungul timpului, studiile dedicate politeţii au fost realizate la început din perspectivă pragmatică, analizând modul în care comunicarea favorizează relaţiile sociale, pentru ca, ulterior, să fie preferată pentru analiză perspectiva socioculturală, care stabileşte prezenţa politeţii prin raportare la setul particular de norme specific fiecărei grupări sociale. La nivelul comunităţilor, folosirea

comunicării politicoase are ca efect apropierea dintre membri şi câştigarea aprecierii. Se poate vorbi astfel despre procesul de constituire discursivă a imaginii prin intermediul relaţiilor stabilite la nivel de grup (Locher şi Watts 2005). Am ales în analiza corpusului abordarea postmodernă/discursivă (Grainger 2011) a politetii, pentru care semnificaţiile discursului sunt rezultatul unei negocieri între emiţător şi receptor. Considerarea unui comportament verbal drept politicos sau nepoliticos depinde de intenţia emiţătorului şi de felul cum interpretează receptorul, dar este influenţată de variabile personale, culturale şi situaţionale. Interacţiunile din cadrul comunităţilor virtuale sunt dinamice ca frecvenţă a postărilor şi ca structură a receptorului colectiv (colapsarea contextului) şi din acest motiv, consider că abordarea politetii ca o negociere a relaţiei interpersonale (Locher şi Watts 2005) este cea mai potrivită pentru analiza corpusului.

Interacţiunile la nivelul comunităţilor virtuale se realizează prin intermediul CMD care marchează prin particularităţile sale calitatea relaţiilor dintre membri. Caracterul anonim al comunicării permite crearea unor identităţi virtuale în funcţie de scopul urmărit de utilizator. Identitatea de membru al unei comunităţi este alcătuită din imaginea publică pe care acesta şi-o construieşte şi din imaginea rezultată în urma activităţii sale ca membru al comunităţii şi ca participant la interacţiunile verbale. Caracterul asincron şi accesibilitatea ridicată favorizează interacţiunile, pe de o parte permiţând utilizatorului să interacţioneze fără presiunea timpului şi pe de altă parte, oferind accesul la informaţie şi la conversaţie indiferent de moment şi cadrul spaţial în care se află interlocutorii

În interacţiunile virtuale, conceptul de (im)politeţe trebuie analizat ca practică discursivă, realizată prin intermediul interacţiunilor verbale între utilizatorii cu calitatea de membri ai comunităţii. Comportamentele verbale sunt considerate potrivite sau (ne)politicoase în funcţie de contextul în care apar şi de aşteptările receptorilor. În comunităţi, politeţea devine un fenomen social contribuind la formarea şi menţinerea legăturilor dintre membri. Negocierea relaţiei interpersonale este rezultatul unei proces continuu de evaluare a comportamentului verbal în care protejarea imaginii publice pozitive se realizează prin solidaritate, iar consolidarea imaginii publice negative are ca urmare crearea unei poziţii dominante la nivel de comunitate.

Impoliteţea în interacţiunile din comunităţile virtuale reprezintă un paradox. Prin impunerea unui set de reguli în momentul aderării şi prin supravegherea administratorilor şi moderatorilor ar trebuie să nu existe comportamente verbale nepoliticoase. Cu toate acestea, posibilitatea de a se ascunde identitatea reală şi lipsa unui context situaţional comun, favorizează un comportament verbal agresiv care are ca urmare apariţia fenomenului de impoliteţe.

Actele de vorbire şi (im)politeţea

Legăturile sociale dintre membri primează prin preferinţa pentru comportamentele verbale potrivite şi politicoase şi prin solidaritatea în faţa unui comportament nepoliticos care ameninţă sau atacă imaginea publică negativă a unor utilizatori. CMD oferă posibilitatea indivizilor de a interacţiona pe teme de interes comun în cadrul comunităţilor virtuale indiferent de distanţa în spaţiu şi timp. Buna funcţionare a acestor forme de interacţiune umană este posibilă prin folosirea comportamentelor verbale conotate pozitiv şi prin dorinţa de a neutraliza comportamentele negative.

Conexiunea socială şi comunicarea reprezintă condiţiile de bază pentru funcţionarea unei comunităţi. Indiferent de tipul de relaţii pe care se constituie, comunitatea presupune interacţiune

între indivizii care o alcătuiesc, iar comunicarea este principala formă de conectare socială. Mediul digital favorizează activitatea comunităţii de practică, fiind înţeleasă ca grup de oameni care au în comun interesul pentru un concept, pentru un set de probleme sau pasiunea pentru un domeniu. În timpul interacţiunilor, indivizii îşi aprofundează cunoştinţele şi îşi împărtăşesc experienţa (Wenger 1998). Web 2.0 a favorizat apariţia unor comunităţi de practică organizate în forumuri sau grupuri pe platformele de socializare. Relaţiile dintre membrii comunităţilor sunt posibile prin intermediul comunicării digitale. Acest nou tip de comunicare, specific ultimelor decenii, se constituie ca dialog între utilizatori. În comunităţile virtuale, este foarte important accesul rapid la informaţie şi reacţia participanţilor. Aplicaţiile electronice folosite pe diferite dispozitive sunt cele care mediază comunicarea în astfel de contexte situaţionale. Dincolo de componenta de tehnologie, comunicarea din medii digitale este un alt tip de comunicare interpersonală.

Interacţiunea verbală favorizează crearea de relaţii sociale. În interacţiune, se negociază poziţiile celor implicaţi în comunicare şi se folosesc diferite strategii cu scopul atingerii obiectivelor comunicative urmărite. Pentru buna desfăşurare a interacţiunii verbale, trebuie respectate principiul cooperării (Grice 1975) şi principiul politetii (Leech 1983), condiţii obligatorii pentru eficienţa dialogului. Fiecare participant la comunicare încearcă să răspundă aşteptărilor pe care le au interlocutorii în concordanţă cu contextul comunicativ în care se află, menajându-şi imaginea publică şi încercând să nu ameninţe imaginea socială a celor cu care comunică.

În actul de comunicare, nu se face un simplu transfer de informaţie. Scopul unui mesaj nu este doar de a transmite conţinut, ci şi cel de a determina o reacţie din partea celui care primeşte mesajul. Aşadar, la acţiunea de a emite un mesaj se răspunde prin reacţia celui care îl primeşte care se transformă, la rândul său, într-un act de acţiune din partea receptorului. În cazul comunicării pe forum sau pe grup de Facebook, prima postare este acţiunea declanşatoare (eng. *trigger action*). Prin aceasta, autorul intenţionează să producă o reacţie la nivelul receptorilor/ celor care urmăresc pagina/ membrilor grupului. În mediul online, reacţiile pot fi nonverbale, printr-un simplu *like*, un emoji, sau verbale, printr-un mesaj scris, postat independent sau ca răspuns la mesajul original. Chiar dacă aparent o intervenţie pare a fi un simplu gând sau doar o opinie, pornim de la premisa că este făcut public(ă), cu scopul de a primi o reacţie. Sunt situaţii în care o idee sau un comentariu devin puncte de plecare pentru adevărate dezbateri sau studii de caz. Actele de vorbire pot fi analizate punctual, ca elemente ale interacţiunii sau la nivelul relaţiilor pe care le stabilesc în cadrul unor structuri complexe, de-a lungul întregului fir discursiv.

Pentru studiul comportamentelor verbale (ne)politicoase, a intenţiilor avute de colocutori şi a felului în care sunt interpretate enunţurile, este foarte important un concept clasic din pragmatică: actul de vorbire. Acesta este considerat unitatea minimală a comunicării lingvistice (Searle 1969). În cadrul acestei lucrări, mi-am propus să analizez dacă (im)politeţea prezentă în dialogurile virtuale este influenţată de actele de vorbire prin realizările (in)directe, de particularităţile interacţiunii verbale în funcţie de tipul de comunitate (forum vs. grup de Facebook) şi în funcţie de tipul de public (predominant masculin vs. predominant feminin). Această analiză reprezintă baza pentru segmentul de studiu despre diferenţele de complexitate a interacţiunilor verbale din CMD în cele patru surse care alcătuiesc corpusul.

Pentru a se putea vorbi de comunicare eficientă, trebuie înţeleasă intenţia celui alt şi reacţiile oferite în consecinţă. Pe un astfel de principiu se desfăşoară dialogul. Weigand (2010) consideră că oamenii sunt fiinţe dialogice care acţionează şi reacţionează pentru a negocia interese reciproce.

Cercetătoarea susţine că cea mai mică unitate autonomă în comunicare este secvenţa *acţiune-reacţie*. Pe baza acestei relaţii este organizat dialogul pentru existenţa căruia este necesară cel puţin o pereche de replici alcătuită dintr-un act verbal de acţiune şi un act de reacţie la acesta.

Weigand (2016) introduce conceptul de limbaj-ca-dialog (eng. *language as dialogue*) (DPAD 2023, 255) şi propune în acest sens o taxonomie a actelor de vorbire din punct de vedere dialogic. În teoria sa, porneşte de la clasificarea propusă de Searle (1969) şi încearcă o definire a actelor de vorbire ca acte funcţionale. De asemenea, introduce distincţia dintre acte de iniţiere (eng. *initiative acts*) şi acte de reacţie (eng. *reactive acts*).

Pe baza acestei taxonomii, am analizat modul în care apar actele verbale de iniţiere (*solicitarea/cererea, întrebarea, informarea*) şi de reacţie (*sfatul, acordul/ dezacordul; acte conotate pozitiv: complimentul, lauda simplă/ complexă, urările, autopromovarea, scuza, mulţumirea; acte conotate negativ: insulta, critica*) şi modul în care pot fi asociate cu un comportament verbal potrivit sau (ne)politic.

Relaţiile dintre membrii unei comunităţi reprezintă rezultatul direct al modului în care sunt interpretate comportamentele verbale realizate prin intermediul actelor de vorbire.

În grupul culinar de Facebook predomină actele de vorbire directive (*solicitate/întrebare, sfat*), dar şi cele expresive (*felicitare, mulţumire*). Sunt frecvente interacţiunile alcătuite doar din felicitările pentru reuşita gastronomică postată şi din mulţumirile oferite de autor ca răspuns. Alături de directive apar frecvent acte de vorbire reprezentative prin care utilizatorii oferă reţete, linkuri spre informaţii utile sau împărtăşesc experienţe personale.

Grupul de Facebook dedicat experienţelor montane are conversaţiile dominate de exactitatea informaţiei oferite. Lexicul este de specialitate, replicile oferă informaţii cu scopul de a convinge prin intermediul actelor de vorbire reprezentative. Alături de acestea sunt prezente actele de vorbire directive prin care se solicită sfaturi sau păreri şi se creează contextul favorabil schimbului de informaţii.

În interacţiunile prezente pe forumul culinar, apar destul de rar sfaturi sau acte de vorbire reprezentative prin care se oferă informaţii convingătoare. Imaginile sunt cele care conving, iar multitudinea acestora demonstrează că un simplu act verbal reprezentativ (o reţetă însoţită de fotografie) produce o întreagă serie de acte de reacţie realizate prin imagini cu ce au preparat membrii forumului.

În forumul montan, este evident faptul că cei care participă la interacţiune acordă o mare atenţie subiectului discutat, dar şi consolidării unei imagini individuale autoritare. Într-o singură replică apar simultan mai multe tipuri de acte de vorbire (*reprezentativ, directiv, expresiv*).

Indiferent de particularităţile comunităţii digitale (grup de Facebook sau forum, public predominant feminin sau masculin), este evidentă preocuparea pentru un schimb de replici politicos şi pentru menajarea imaginii publice a interlocutorului. Comportamentele verbale nepotrivite sau nepoliticoase sunt determinate de dorinţa de a oferi un răspuns cât mai rapid, ignorându-se astfel normele gramaticale şi de dorinţa emiţătorului de a-şi crea o poziţie autoritară la nivelul comunităţii, prin cultivarea imaginii publice negative şi lipsa de preocupare pentru menţinerea relaţiilor sociale.

Analiză integrativă

Indiferent de tipul lor, actele de vorbire nu apar independent, izolat. Dacă s-ar întâmpla acest lucru, nu s-ar mai putea vorbi despre comunicare. Secvenţa nucleu a dialogului, *acţiune şi reacţie*, nu ar exista. Toate seriile de intervenţii analizate, indiferent că au apărut pe forum sau pe grupul de Facebook, sunt de fapt serii de acte de vorbire înlănţuite logic, alcătuind fire discursive care se pot ramifica în fire discursive secundare care abordează aspecte tematice complementare. Într-o astfel de structură, elementele active dintr-un text, actele de vorbire, sunt relaţionate coerent, demonstrând interacţiunea comunicativă.

Pentru studierea rolului pe care actul de vorbire îl are în constituirea unui comportament verbal (ne)politicos am selectat patru conversaţii din sursele corpusului. Tematica interacţiunilor este în acord cu specificul comunităţii virtuale: eşecul prăjiturii „Tăvălita” (sursa 1), riscul de avalanşă (sursa 2), „Ce dulciuri aţi făcut azi?” (fragment) (sursa 3) şi cabane montane (sursa 4). În cazul CMD, este evident că interacţiunea se face nu doar la nivel verbal, ci un rol foarte important îl are imaginea, fiind numeroase situaţiile în care se poartă un adevărat dialog prin imagini, mai ales pe grupurile de Facebook. În afara imaginilor/ fotografiilor, apar foarte des elemente grafice sau animaţii specifice comunicării digitale, emojiuri şi GIF-uri.

Din cele patru surse care alcătuiesc corpusul lucrării, am selectat intervenţii semnificative din perspectiva actelor de vorbire şi a interacţiunii acestora, eliminând postările care au un mesaj identic sau foarte apropiat. În cadrul aceluiaşi fir discursiv, sunt destul de multe comentarii care se repetă la nivel de conţinut propoziţional. Acest aspect este posibil fie cu intenţie, fie accidental. Acelaşi comentariu se poate repeta intenţionat cu scopul de susţinere a unei idei exprimate anterior, integrându-se în interacţiunea verbală. Repetarea accidentală a aceleiaşi replici poate să apară, deoarece aplicaţiile folosite în cadrul comunităţilor virtuale fac posibil ca, în timp ce este scris textul unei reacţii, să fie postate deja alte mesaje cu acelaşi conţinut.

În grupul de Facebook culinar, sunt frecvente actele de vorbire expresive (mulţumire şi felicitare) dovedind atenţie pentru negocierea relaţiei interpersonale la nivelul comunităţii. Comportamentele verbale adecvate şi politicoase sunt apreciate şi susţinute prin reacţiile receptorilor. Interacţiunea verbală din grupul de Facebook montan este dominată de acte de vorbire reprezentative care demonstrează autoritatea în domeniu a celui care comentează şi dorinţa de a-şi impune opinia cu riscul de a avea ca urmare un management relaţional greşit (eng. *relational mismanagement*, Spencer-Oatey 2000) care conduce la eşecul politetăţii şi la afectarea relaţiilor dintre membrii comunităţii virtuale.

Acest tip de interacţiune verbală este specific pentru comunităţile virtuale cu public majoritar masculin, în care scopul urmărit de postarea iniţială a fost atins, dar nu există preocupare pentru activitatea relaţională realizată. Nu se urmăreşte solidaritatea la nivel de comunitate, sunt ignorate nevoile şi particularităţile individuale ale locutorilor. Participanţii la comunicare manifestă preocupare pentru protejarea imaginii publice negative şi pentru construirea unei poziţii dominante în cadrul comunităţii fără a exista dorinţa de consolidare a sentimentului de apartenenţă la grup, dovedind că mai mult contează individualitatea.

Membrii forumului culinar manifestă preocupare pentru menţinerea şi intensificarea relaţiilor la nivelul comunităţii. Utilizatorii de gen feminin acordă mai mare importanţă reacţiilor pozitive, de susţinere şi de apreciere, decât furnizării de informaţii şi consolidării unei poziţii individuale de putere în cadrul grupului şi, în acest sens, se folosesc actele verbale expresive care transmit comportamente

potrivite şi politicoase. Se concretizează sentimentul de afiliere, utilizatorii preferă statutul de membru al comunităţii implicat în relaţii sociale alături de cei care manifestă interese comune.

Pe baza analizei corpusului, am observat că există asemănări între comunităţile virtuale în funcţie de genul majorităţii utilizatorilor, public feminin/ public masculin, dar şi în funcţie de tipul de comunitate, grup de Facebook sau forum.

În comunităţile cu majoritatea membrilor de gen feminin predomină preocuparea pentru coeziunea la nivel de grup şi familiaritatea relaţiilor dintre utilizatori. Comunităţile alcătuite din public masculin se constituie pe baza interacţiunilor verbale în care se construiesc poziţii de dominare, cu riscul de a fi afectate relaţiile sociale. Diferenţele dintre tipurile de comunitate virtuală sunt produse de caracterul (relativ) sincron al grupului de Facebook care preferă replicile scurte şi caracteristica asincronă a dialogului din cadrul forumului care permite crearea unor postări mult mai ample.

În cadrul grupului culinar de Facebook, faptul că în urma unei intervenţii, care este sau nu urmată de comentarii, apar alte postări cu realizarea aceluiaşi preparat, demonstrează coeziunea grupului, dorinţa de a avea şi de a împărtăşi experienţe comune. Această acţiune depăşeşte nivelul verbal şi ajunge la dimensiunea practică a activităţii la nivelul comunităţii virtuale.

Utilizatorii din grupul montan dovedesc preocupare pentru construirea şi menţinerea unei imagini individuale negative şi pentru consolidarea autorităţii în domeniu. Acest aspect este posibil prin relevanţa şi corectitudinea informaţiilor oferite. Majoritatea postărilor de fotografii produc serii de acte expresive de apreciere, dar la nivel verbal se reduc la câteva cuvinte.

Forumul „Arta Culinară” este un exemplu de rezistenţă a firelor discursive la trecerea timpului. Acest lucru este posibil pentru că permanent se postează fotografii cu preparatele realizate. Fiecare nouă imagine postată produce o ramificare a firului discursiv principal şi creează o nouă serie de acte de vorbire expresive: aprecieri, felicitări, mulţumiri.

„Carpaţi.org” este forumul pe teme montane şi se remarcă prin postări foarte ample spre deosebire de celelalte surse analizate. Conversaţia analizată are o medie de 153 de cuvinte pe intervenţie. Informaţiile oferite sunt atent selectate, în acest sens se oferă frecvent linkuri spre surse autorizate. Discuţiile au un ton neutru, actele expresive apar în momentele când sunt abordări contradictorii ale temei şi se încearcă susţinerea propriei idei.

Cele patru surse analizate oferă modele diferite de interacţiune verbală determinate de structura pe genuri a grupului de utilizatori şi de dinamismul schimbului de replici. Fiecare comunitate virtuală alcătuită pe forum sau grup de Facebook îşi creează propriul tipar de interacţiune care evoluează în timp odată cu stilul de a comunica şi de a relaţiona al utilizatorilor, dar şi în funcţie de facilităţile tehnice oferite de interfaţa aplicaţiei.

În interacţiunea verbală din cadrul unei comunităţi virtuale, comportamentul pozitiv şi solidaritatea dintre membri reprezintă regula, pe când comportamentul negativ (comentarii negative) este excepţia.

Concluzii

Scopul principal al acestei lucrări a fost analiza (im)politeţii în comunicarea online. Cercetarea s-a concentrat asupra modului în care particularităţile lingvistice, prezenţa elementelor nonverbale şi tipurile de acte de vorbire folosite în cadrul interacţiunilor pot influenţa receptarea comportamentelor verbale ca fiind potrivite sau (ne)politicoase. Pentru nuanţarea analizei, scopul secundar propus a fost

stabilirea posibilelor diferenţe, la nivelul interacţiunii verbale (ne)politicoase, între tipuri de comunităţi virtuale diferite (grup de Facebook şi forum) şi între grupuri de utilizatori în funcţie de gen.

În urma analizei corpusului, au fost obţinute următoarele rezultate:

- Selecţia elementelor lexicale şi preocuparea pentru corectitudinea scrierii mesajului transmis determină receptarea unui comportament verbal ca fiind (ne)politicos. Modul în care utilizatorul alege cuvintele sau forma cuvintelor pe care le va folosi în comunicare şi, de asemenea, atitudinea faţă de respectarea normei gramaticale definesc imaginea publică negativă a acestuia şi determină natura relaţiilor pe care le stabileşte cu ceilalţi membri ai comunităţii;
- Elementele nonverbale au un dublu rol: în constituirea semnificaţiei unui enunţ şi în stabilirea relaţiilor dintre membri. Prezenţa emojiurilor şi expresivitatea grafică a textului scris sunt asociate automat CMD, dar sunt percepute diferit în interacţiunile verbale. Gradul de familiaritate pe care utilizatorul îl are cu acest mod hibrid (verbal şi nonverbal) de comunicare, influenţat de constrângerile contextuale şi preocuparea pe care utilizatorii o au pentru menţinerea solidarităţii în comunitate determină perceperea diferită a elementelor nonverbale ca: detalii ludice, apariţii obligatorii pentru redarea emoţiei şi atenuarea forţei ilocuţionare sau simple elemente opţionale;
- Utilizarea actelor de vorbire creează un tipar interacţional la nivel de comunitate care susţine solidaritatea sau conturează poziţia de putere în relaţiile dintre membri. Nevoia de a reacţiona la postarea unui alt utilizator demonstrează preocuparea emiţătorului de a fi prezent în activitatea comunităţii. Tipul actului de vorbire oferit ca reacţie, pentru că este o acţiune voluntară, dovedeşte, pe de o parte, dorinţa de a proteja imaginea publică negativă sau de a susţine imaginea publică pozitivă a interlocutorului, prin comportamente verbale politicoase. Pe de altă parte, actele de vorbire cu caracter ofensator ameninţă imaginea publică negativă a receptorului şi produc un comportament verbal nepoliticos.

Rezultatele au fost obţinute de-a lungul analizei desfăşurate în capitolele dedicate aspectelor relevante comunicării online care a condus la următoarele concluzii:

1. Particularităţile lingvistice ale CMD sunt determinate de apropierea comunicării scrise din mediul online de comunicarea faţă în faţă. Limbajul interacţiunilor virtuale a fost definit prin caracterul său hibrid, aflat între dinamismul vorbirii şi rigiditatea scrierii. Herring (1996), Baron (2000), Crystal (2006), Yus (2011) susţin că această formă de comunicare mediată reprezintă o combinaire a registrului oral şi scris al limbii. Pentru că mediul digital este caracterizat prin lipsa unor norme impuse, la nivelul interacţiunilor verbale se remarcă o mai mare libertate în scriere: formule de adresare specifice dialogului direct, forme trunchiate ale cuvintelor, ignorarea regulilor de scriere şi exprimare. Folosirea unei variante de comunicare apropiată de oralitate are ca rezultat direct crearea unei atmosfere familiare, care oferă sentimentul de siguranţă şi cultivă relaţiile de solidaritate şi susţinere la nivelul comunităţii, menţinând şi protejând imaginea publică a membrilor. Preferinţa pentru varianta puternic oralizată a scrierii este frecvent percepută ca manifestare a unui comportament verbal potrivit şi politicos datorită consolidării relaţiilor la nivel de comunitate.

Rigoarea exprimării manifestată prin preocuparea pentru corectitudinea scrierii, postări ample care oferă detalii şi explicaţii, limbajul neologic de specialitate conturează un comportament verbal

formal. Urmarea directă este menţinerea distanţei dintre membri şi consolidarea poziţiei autoritare, acest tip de comportament fiind considerat potrivit şi, uneori, nepolitic.

Particularităţile care apropie CMD de interacţiunea orală, directă sunt mai frecvent întâlnite în cadrul grupului de Facebook unde replicile sunt mai scurte, reacţiile apar rapid, apropiindu-se de caracterul sincron şi oferind un plus de dinamism comunicării. Dialogul scris din cadrul forumului este alcătuit din intervenţii mai elaborate, aspect permis de caracterul asincron al comunicării la nivelul comunităţii care nu impune presiunea timpului.

2. CMD se apropie de comunicarea faţă în faţă prin modul în care este redată în scris oralitatea specifică dialogului direct, dar pentru că interacţiunea dintre utilizatori se face în scris, deci prin intermediul elementelor verbale, se simte nevoia compensării pentru lipsa detaliilor vizuale (mimică, postura corpului) şi vocale (intonatie, ritmul şi pauzele în vorbire). În acest scop, sunt folosite în CMD elementele nonverbale care însoţesc sau înlocuiesc total sau parţial secvenţa verbală: emojiuri, GIF-uri, alterare textuală. Rolul şi importanţa acestor particularităţi au fost studiate în ultimele decenii în funcţie de comunitate sau de tipul interacţiunii umane: Dresner şi Herring (2010) teoretizează rolul elementelor nonverbale în CMD, Danesi (2017) le consideră „gesturi grafice”, Sampietro (2019) analizează funcţia relaţională a acestora, Yus (2025) propune o abordare din perspectivă pragmatică.

Elementele grafice şi alterarea textuală sunt folosite foarte frecvent în interacţiunile digitale pentru a întregi contextul comunicativ şi pentru a menţine relaţiile dintre membri, devenind astfel componente definitorii pentru CMD.

Prezenţa acestor particularităţi în comunicarea interumană oferă un grad sporit de expresivitate exprimării, nuanţează semnificaţia mesajului pe care îl însoţesc, adaugă un plus de emoţie, şi prin intermediul lor, se economiseşte timp.

Fiind folosite pentru redarea emoţiilor, au un rol deosebit în menţinerea solidarităţii la nivel de comunitate, manifestându-şi funcţia fatică. Utilizatorii de gen feminin le folosesc mai frecvent pentru a transmite componenta afectivă a mesajului şi interpretarea lor contribuie la aprecierea unui comportament verbal drept politic. Prin protejarea imaginii publice pozitive a celorlalţi membri se menţine coeziunea socială

Aspectul grafic al emojiurilor şi al GIF-urilor este asociat cu o atitudine ludică şi emoţională. Din acest motiv, sunt mai rar folosite în dialogurile utilizatorilor masculini, care preferă legăturile formale şi conturarea unei imagini publice negative. Pentru aceşti utilizatori, primează interesul personal, individualitatea.

În cadrul grupului de Facebook, sunt folosite mai frecvent emojiurile pentru a menţine o interacţiune rapidă, în care elementele nonverbale înlocuiesc un cuvânt sau o întreagă secvenţă verbală.

3. Analiza actelor de vorbire care alcătuiesc interacţiunile verbale extrase din corpus a condus la concluzia că există anumite tipare conversaţionale în funcţie de genul utilizatorilor şi de tipul de comunitate virtuală. Din această perspectivă, se remarcă o asemănare evidentă între comunităţi în funcţie publicul majoritar. Interacţiunile din comunităţile culinare (grupul de Facebook şi forumul) sunt dominate de acte de vorbire expresive (mulţumire şi felicitare) dovedind atenţie pentru negocierea relaţiei interpersonale la nivelul comunităţii. Preocuparea pentru protejarea imaginii publice pozitive a interlocutorilor se manifestă prin folosirea tiparului conversaţional alcătuit dintr-un act de vorbire

expresiv (laudă, compliment) urmat de un act directiv (solicitare). Pentru consolidarea sentimentului de apartenenţă la comunitate, un rol important în interacţiunile umane îl are imaginea care ilustrează o reuşită culinară şi devine actul declanşator al unui fir conversaţional construit pe baza perechii de adiacenţă apreciere – mulţumire. Relaţiile dintre membri sunt susţinute prin acte de iniţiere directive (solicitări) la care se oferă reacţii sub forma actelor de vorbire reprezentative (reţete, linkuri utile, împărtăşirea propriei experienţe).

Pe de altă parte, comunităţile alcătuite din utilizatori masculini preferă în interacţiune actele verbale reprezentative care transmit informaţii şi susţin opinii. Utilizatorul simte nevoia unor răspunsuri ample prin care să demonstreze expertiza de care beneficiază şi care îi permite conturarea ca figură autoritară în cadrul colectivităţii. Apar rar acte expresive, preferându-se o atmosferă neutră care consolidează imaginea publică negativă a individului, cu riscul de a afecta relaţiile dintre membrii comunităţii. Contează mai mult susţinerea unei poziţii dominante decât sentimentul de solidaritate.

Deşi există diferenţe între preferinţa şi frecvenţa cu care sunt folosite actele de vorbire expresive, directive sau reprezentative, în funcţie de genul utilizatorilor, este evident faptul că în interacţiunile verbale din comunităţile virtuale predomină comportamentul potrivit şi politicos şi se evită, pe cât posibil, comportamentul nepolitic.

Bibliografie

- Baron, Naomi S. 2000. *Alphabet to Email: How written English evolved and where it's heading*. London: Routledge.
- Bou-Franch, Patricia, Garces-Conejos Blitvich, Pilar. 2019. *Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Brown, Penelope, Stephen Levinson. 1978. „Universals in language usage: Politeness phenomena”, în Esther N. Goody (ed.), *Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press. 56-289.
- Brown, Penelope, Stephen Levinson. 1987. *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Collot, Minela, Nancy Belmore. 1996. „Electronic language: A new variety of English”, în Susan Herring (ed.), *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, 13-28 Amsterdam: John Benjamins.
- Crystal, David. 2001/ 2006. *Language and the Internet*, ediția a II-a. Cambridge: Cambridge University Press.
- Danesi, Marcel. 2017. *The Semiotics of Emoji. The Rise of Visual Language in The Age of The Internet*. London: Bloomsbury.
- Davis, Boyd H., Jeutonne P. Brewer. 1997. *Electronic Discourse: Linguistic Individuals in Virtual Space*. Albany, NY: State University of New York Press.
- DPAD = *Dicționar de pragmatică și analiza discursului*, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu (coord.), Iași: Institutul European, 2023.
- Dresner, Eli, Susan Herring. 2010. „Functions of the non-verbal in CMC: Emoticons and illocutionary force”. *Communication Theory* 20(3): 249-268.
- Drulă, Georgeta. 2014. *New Media – Trends and Challenges*. București: Editura Tritonic.
- Grainger, Karen. 2011. „‘First order’ and ‘second order’ politeness: Institutional and intercultural contexts”, în Linguistic Politeness Research Group (eds.), *Discursive Approaches to Politeness*, 167-188. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Grice, Herbert P. 1975. „Logic and conversation”, în Peter Cole, Jerry Morgan (eds.) *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, 41-58. London/ New York: Academic Press.
- Guțu-Romalo, Valeria. 2005. *Aspecte ale evoluției limbii române*. București: Humanitas Educațional.
- Herring, Susan C. (ed.). 1996. *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.
- Kelly, Ryan M., Leon A. Watts. 2015. „Characterising the inventive appropriation of emoji as relationally meaningful in mediated close personal relationships”. *Proceedings of Experiences of Technology Appropriation: Unanticipated Users, Usage, Circumstances, and Design, Oslo*. University of Bath. <https://researchportal.bath.ac.uk/en/publications/characterising-the-inventive-appropriation-of-emoji-as-relationally-meaningful-in-mediated-close-personal-relationships>, accesat la data de 17.05.2022.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of Pragmatics*. London/New York: Longman.
- Lo, Shao-Kang. 2008. „The Nonverbal Communication Functions of Emoticons in Computer-Mediated Communication”. *Cyberpsychology & Behavior* 11(5): 595-597.

- Locher, Miriam A., Richard J. Watts. 2005. „Politeness theory and relational work”. *Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture* 1: 9-33.
- Lour, Tainyi, Ling-Ling Wu, Hsi-Peng Lu, Yu-Hui Tao. 2010. „The Effect of Emoticons in Simplex and Complex Task-Oriented Communication: An Empirical Study of Instant Messaging”. *Computers in Human Behavior* 25(5): 889-895.
- MacFadyen, Leah P., Sabine Doff. 2006. „*The Language of Cyberspace*”. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*, 396-403. IGI Global.
- Milică, Ioan. 2009. *Expresivitatea argoului*. Iaşi: Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”.
- Mladin, Constantin-Ioan. 2009. „Spre o recodare a modului de comunicare scripturală. Sau despre triada democratică a cyberlimb@jului”, în Luminiţa Botoşineanu, Elena Dănilă, Cecilia Holban şi Ofelia Ichim (eds.), *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară şi etnofolclorică românească şi contextul european*. Iaşi: Editura Alfa.
- Neely, Erica L. 2012. „*Two Concepts of Community*”. *Social Philosophy Today* 28: 147-158.
- Pomian, Ionuţ. 2009. *Stilul funcţional electronic*. Revista DACOROMANIA, serie nouă, XIV, 2. Cluj-Napoca: 139-150. http://www.dacoromania.inst-puscariu.ro/articole/2009_2_3.pdf, accesat la data de 30.11.2020.
- Radu, Anamaria. 2020. „Cyberlimb@j în spaţiul lingvistic românesc”, în Corin Braga (ed.), *Enciclopedia imaginariilor din România*, Elena Platon (ed.), vol. II. *Patrimoniu şi imaginar lingvistic*, 394-405. Iaşi: Polirom.
- Sampietro, Agnese. 2019. „Emoji and rapport management in Spanish WhatsApp chats”. *Journal of Pragmatics* 143: 109-120.
- Searle, John R. 1969/1989. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Spencer-Oatey, Helen. 2000. „Rapport Management: A Framework for Analysis”. *Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk across Cultures*, 11-46. London: Continuum.
- Sperber, Dan, Deirdre Wilson. 1986/1995. *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Stipiuc, Andrei Sebastian. 2016. *Cum scriem pe Facebook. Limba textelor produse de utilizatorii români ai reţelei sociale*. Iaşi: Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”.
- Swales, John M. 1990. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thurlow, Crispin, Michele Poff. 2013. „Text messaging”, în Susan Herring, Dieter Stein, Tuija Virtanen (eds.), *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*, 162-189. Berlin/Boston: Walter de Gruyter.
- Trohin, Elena. 2006. *Particularităţi lingvistice ale comunicării în Internet*, teză de doctorat. Chişinău. <https://ro.scribd.com/document/83176349/Particularit%C4%83%C5%A3i-lingvistice-ale-comunic%C4%83rii-in-Internet>, accesat la data de 2.12.2020.
- Watts, Richard J. 2003. *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weigand, Edda. 2010. *Dialogue: The Mixed Game*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Weigand, Edda. 2016. „The Dialogic Principle Revisited: Speech Acts and Mental States”, în Alessandro Capone, Jacob L. Mey (eds.), *Interdisciplinary Studies in Pragmatics, Culture and Society*, 209-233. Cham: Springer.

- Wenger, Etienne. 1998. *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yus, Francisco. 2011. *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. Amsterdam: John Benjamins.
- Yus, Francisco. 2014. „Not all emoticons are created equal”. *Linguagem em Discurso*. 14(3): 511-529.
- Yus, Francisco. 2022. *Smartphone communication: Interactions in the app ecosystem*. London: Routledge.
- Zafiu, Rodica. 2001. *Diversitate stilistică în româna actuală*. Bucureşti: Editura Universităţii din Bucureşti.

