

ORALITATEA DIGITALĂ – O FORMĂ HIBRIDĂ ÎNTRE LIMBAJUL ORAL ȘI CEL SCRIS SAU O ALTFEL DE ORALITATE

VIORICA MOLEA*

În comunicarea mediată de computer cercetările de specialitate au relevat aspecte inedite, care se reflectă, în cele din urmă, și în comunicarea obișnuită, tradițională. În cadrul opoziției oral/scris se produce o fisură prin apariția unui nou tip de comunicare umană, și anume *oralitatea digitală*, o formă hibridă între forma scrisă și cea orală a comunicării, așa-numita *oralitate scrisă*, realizată prin intermediul spațiului virtual, internetul. Cu câțiva ani în urmă, Ioan Milică anticipa că, „sub influența comunicării prin intermediul internetului, configurația stilistică a limbii ar putea înregistra noi variante ale stilurilor informale” (Milică 2009: 166). Credem că acest lucru se întâmplă deja și, pe lângă tipurile tradiționale de limbaj oral, informal sau substandard, mai ales ale exprimării spontane, nepregătite, a apărut o altă ipostază a oralității, oralitatea scrisă, care exprimă noile tendințe în evoluția tehnologică a limbajului. Aceasta presupune toate formele de manifestare din rețeaua virtuală, care nu se supun normelor standardului. Este vorba de limbajul SMS-urilor, al conversației pe chat sau pe rețelele de socializare, comentariile apărute pe site-urile diverselor publicații oficiale, dar și, parțial, corespondența prin e-mail. „Până la apariția internetului, vorbirea spontană se producea în formă orală. Pe internet însă, limba vorbită vie, naturală, este fixată în scris” (Kuznețov 2011: 11). Cercetătorul rus, care a investigat cu multă atenție fenomenul, analizând comunicarea utilizatorilor din aplicații online precum ICQ, Skype sau din rețele de socializare cum sunt Facebook ori Vkontakte, constată că, „deși mesajele utilizatorilor sunt în formă scrisă, totuși, în

* Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, str. Alexei Mateevici, nr. 60, Republica Moldova.

Distinsul Profesor și Savant Stelian Dumistrăcel este unul dintre prietenii vechi și foarte apropiați ai școlii filologice basarabene încă de la începutul anilor '90, când au demarat conferințele Iași – Chișinău, extrem de necesare și oportune, în special, pentru noi, cei din Republica Moldova. Aceste întruniri au constituit un debut promițător pentru mulți cercetători ai limbii române de aici. Domnul Profesor a fost mereu prezent atât prin participarea la aceste memorabile evenimente științifice, la alte activități, în special, ca referent științific al tezelor de doctorat, cât și prin lucrările Domniei Sale, repere fundamentale pentru studiile multor cercetători basarabeni.

Suntem și azi în calde relații prietenești, colegiale și îi purtăm o deosebită recunoștință, admirație și respect. La mulți ani, Doamne Profesor Stelian Dumistrăcel!

realitate, ele au particularități ale oralității” (*ibidem*). Mai mult decât atât, din cele circa 300 de mesaje analizate ale utilizatorilor din ICQ, Skype și din rețeaua Facebook, „în 286 din cazuri [...] sunt atestate trăsături caracteristice ale stilului familiar oral” (*ibidem*), ale cărui particularități principale sunt enumerate în continuare.

După unii cercetători, acestea sunt limbaje separate, deja bine conturate, cu particularități specifice. Astfel, „această diversificare este descrisă de David Crystal (2006), care recurge la noțiuni precum «Netspeak» și «e-discourses» (e-discursuri) pentru a propune disocieri între varietăți precum «limbajul e-mailurilor», «limbajul forumurilor (engl. chatgroups)», «limbajul lumilor virtuale (engl. MUDs)»” (Milică 2009: 165). O descriere pertinentă a fenomenului lingvistic atestat aflăm la I. Urușciuc: „Distingându-se prin rapiditate, eficacitate, dinamică, stocare importantă a datelor și utilitarism, caracterul virtual al noului limbaj (cu formele-i specifice SMS, chat, Messenger, e-mail etc.), influențat mai mult de limba engleză, se afirmă ca un mod de comunicare universal acceptat în interiorul și în afara mediului electronic [...]. Astfel, asistăm la impunerea, tot mai evidentă, a unui limbaj special, original (dar și clișeizat), simplu și sintetic (cu propriile sale reguli și metode de folosire)” (Urușciuc 2008: 114). Acest tip de comunicare online (chat, pagina de discuții, comentariile de pe blog, site, forum, portal, twitter etc.) „se realizează prin scriere (grafie) și lectură deopotrivă” (Ungureanu 2014: 6). El se produce după modelul clasic față în față, doar că lipsește contactul vizual și auditiv – elemente esențiale într-o conversație pe cale orală –, iar textul vorbit este redat în scris. „Comunicarea online sau chat este o formă de interacțiune foarte asemănătoare cu conversația fatică, diferența fiind dată de faptul că nu există contact vizual și acustic” (Amza 2005: 437). Astfel, problema de bază în discuția pe chat devine lipsa unui mecanism care ar reda emoția, impresia, sentimentul, atitudinea, altfel spus lipsa aspectelor nonverbale și paraverbale în exprimare. De aceea, utilizatorii acestui tip de comunicare creează diverse elemente grafice, pictograme, pentru a exprima încărcătura afectivă a conversației online scrise. Producerea unei „întâlniri” *face-to-face* prin scris aduce o înnoire parțială a codului scris. Pentru aceasta a fost nevoie „să se găsească un substitut scris sau paraverbal pentru mărcile intonației și expresiile mimico-gestuale produse într-o conversație, în special pentru cele legate de exprimarea emoțiilor” (Amza 2005: 438) Astfel, utilizatorii internetului, în cea mai mare parte tineri, au creat și un set de semne, care surprind diverse stări, atitudini, așa-numitele *emoticoane* (sau *emoticonuri*, termen neatestat în dicționare). Cuvântul *emoticon* vine din engl. *emotion*, „sentiment” și *icon* „semn”. Ele sunt scurte și simple și, deși universal recunoscute, nu sunt reglementate conform vreunei normări (Grosseck, Negru 2008: 4). Referindu-se la pictogramele care înlocuiesc limbajul nonverbal și pe cel paraverbal, Elena Ungureanu arată că nerealizarea, în conversațiile online, a mimicii, gesturilor, tonalității sau modulațiilor vocii, „extrem de importante în reproducerea expresivității limbajului natural” este motivul care a stat la baza apariției „pictogramelor denumite *emoticoane*, reprezentând imagini sugestive de dimensiuni minuscule, de o mărime apropiată cu a literelor de tipar” și având scopul de „a facilita descrierea emoțiilor pe care le trăim în timpul comunicării și de a face mai

rapidă comunicarea online” (Ungureanu 2014: 10). O altă denumire pentru aceste semne, necesare atât exprimării unei stări de spirit, cât și funcției fatice a dialogului virtual, este cea de *imagem*, propusă de I. Pomian, care notează că, în spațiul lingvistic românesc, limba română și „romgleza” ar fi codul predilect în conversațiile pe internet, la care se adaugă animația (*imagele*). „Termenul *imagem* [s.n., pl. *imagele*], susține cercetătorul, denumește un simbol sau o combinație de simboluri utilizat(e) pentru a transmite într-o manieră extrem de concisă un conținut emoțional sau o opinie în mesajele scrise” (Pomian 2009: 5). Totuși, în ciuda faptului că aceste elemente iconice au o răspândire importantă în textele de pe chat, nu au fost încă studiate suficient de specialiști. Nu există o statistică a lor și nici o metodologie unică a clasificării privind utilizarea acestora. Deoarece sunt prea multe (orice utilizator poate să „născocască” un emoticon), un inventar complet este imposibil de făcut chiar și de către cel mai înfocat susținător și utilizator al lor. Mulți consideră că este necesară o selecție a emoticoanelor celor mai relevante ca o condiție ca acestea să fie într-adevăr instrumente nonverbale și paraverbale comode în comunicarea pe net. Așadar, emoticoanele nu constituie, deocamdată, un sistem fix, accesibil pentru toată lumea, bine pus la punct, și credem că până la fixarea acestora într-un cadru lingvistic normativ mai este mult. Procesul de creare, de „producere” a emoticoanelor este în derulare, iar utilizarea lor în conversațiile online rămâne la discreția utilizatorilor. Adesea, pentru redarea unor stări afective similare sunt utilizate mai multe feluri de emoticoane.

Se pot distinge două tipuri de texte scrise virtuale: cele care utilizează, în cea mai mare parte, un limbaj literar standard (email-ul, blogurile) și textele care se constituie din elemente ale oralității (chat-ul, sms-ul, twitter-ul, messenger-ul). Diferențe semnificative în felul de a scrie într-un e-mail, pe chat, pe forumurile de discuții sau pe bloguri remarcă și C. Mladin: „SMS-ul și chatul sunt mai apropiate de comunicarea orală, blogurile și forumurile se apropie mai mult de comunicarea scrisă” (Mladin 2008: 239). Astfel, referindu-ne la comunicarea virtuală și la exprimarea oralității în diferitele ei variante, deosebim două tipuri de „oralitate” digitală: a) scrisă și b) reprezentată de conversația prin canalul video.

a) *Oralitatea digitală* în comunicarea *scrisă*, reprezentată de rețeaua virtuală, presupune mai multe aspecte: e-mail-ul, SMS-ul telefonic, chat-ul, comentariile la articole publicate pe diverse site-uri, toate rețelele de socializare.

Referitor la standardul scrisului în comunicarea pe internet, întâlnim un termen care îl completează pe cel de oralitate digitală, și anume *cyberscrierea*, „termen generic tot mai răspândit în literatura de specialitate străină («scrierea în mediu electronic»)”, denumind „forme și practici destul de diferite de comunicare scrisă, care pot fi puse alături din dorința unei simplificări metodologice și în virtutea faptului că prezintă mai multe caracteristici comune decât note diferențiatorie (SMS, IRC [acronim pentru Internet Relay Chat, n.n.]” (*ibidem*: 239). Acest nou aspect al menținerii contactului între indivizi în rețeaua virtuală, „ce reinventează stilul epistolar, se datorează, într-o bună măsură, și reconfigurării funcțiilor inițiale ale acestuia (comunicare și socializare), precum și adăugării la

acestea a altora noi” (*ibidem*). El se realizează atât în varianta *online*, cât și în cea *offline*, ultima fiind reprezentată, în primul rând, de e-mail și de blog, dar și de alte căi de acces virtuale (cu unele variații: bunăoară, așteptarea unui răspuns mai rapid), precum Skype, Facebook, WhatsApp etc. „Comunicarea offline este reprezentată de e-mail și grupurile de discuții sau scrisoarea spirală. E-mailul este modalitatea de comunicare cea mai frecventă datorită faptului că este cel mai ușor de utilizat” (Amza 2005: 437). Varianta offline are similitudini cu scrisoarea în accepție mai veche, când emitentul este în așteptarea, posibil de lungă durată, a răspunsului. Totuși, durata așteptării aici nu depinde de factori obiectivi (cum ar fi poșta, în vechiul mod de comunicare epistolară), ci strict de cei subiectivi (de disponibilitatea/non-disponibilitatea receptorului).

Comunicarea online presupune o serie de elemente noi, trăsături care reflectă procese în derulare ale constituirii acestei forme inedite, fapt care contribuie la evoluția limbajului, orice mijloace ar fi utilizate. Astfel trăsăturile acestor varietăți de limbaj virtual capătă contur din ce în ce mai clar, remarcându-se, după cum menționează toți cei care investighează fenomenul, o primă caracteristică de bază: oralitatea. Este evident că limbajul folosit în conversațiile online este drastic revizuit datorită redării lui în scris, fiind prin esență oral. Sunt ignorate normele ortografice, de punctuație, gramaticale și stilistice din cauza mai multor factori ce caracterizează acest nou mod de comunicare. Deși are multiple avantaje de altă natură, precum rapiditate, economie de timp și de bani, confort psihologic, o mai mare incluziune socială, mai ales pentru persoanele timide, totuși acest mod de a „vorbi”, de a comunica, prin noutatea sa absolută, i-a luat prin surprindere pe oameni și ei s-au pomenit în situația de a improviza din mers anumite reguli de comportament și de exprimare în rețeaua virtuală. Constatăm o mobilitate extrem de intensă a formelor de exprimare în conversația pe internet. Ion Urușciuc enumeră câteva dintre problemele apărute în raport cu noua formă de comunicare umană prin SMS: „Cu toate avantajele pe care le oferă, SMS-urile se îndepărtează tot mai mult de rigorile limbii literare, normele gramaticale elementare fiind ignorate” (Urușciuc 2008: 115). De asemenea, „o altă trăsătură a limbajului virtual al SMS-urilor este scrierea, în funcție de intenția discursului, cu majuscule sau cu minuscule. Adesea, pentru a individualiza un cuvânt, se scrie: *Tre s plec URGNT!* [= *Trebuie să plec URGENT*]. În general, majusculele «traduc» nervozitatea, urgența, nerăbdarea sau emoțiile puternice” (*ibidem*). Menționăm totodată că, pentru o mai rapidă comunicare virtuală, a fost creată și o structură permisivă de limbaj, în ea făcându-și cu ușurință loc diverse forme, multe dintre ele devenind consacrate prin uz, care, pentru cei neinițiați, devin inaccesibile (de exemplu, abrevierea cuvintelor sau acronimele, cunoscute de cei mai pasionați internauți, argourile create prin trunchiere, mult vehiculată „romgleză”). Un element specific, extrem de îngrijorător pentru filologi, este și anularea normelor ortografice, gramaticale sau lexicale în vigoare. În textele de pe diverse bloguri întâlnim publicate mostre de astfel de discuții pe chat. Vă prezentăm un exemplu, preluat de

pe blogul lui Vintilă V.: 1. *Cred k apare ...da numi explic qm no apărut deja p pc... . Am văzut un clip p youtube qm juk unu p laptop gta 4 ...qm se poate...!*; 2. *În momentul de fatza exact să îți spun nu știu , k mi lam făcut la comandă și erau Reduceri și alea alea Dar am un site perfect ... dacă pot s îl postez aicia ... e legat de componente și prostii deastea dacă e ilegal reclama ... revino cu un reply să îți dau prin pm* (Vintilă 2011).

Semnificative sunt modificările sau inovațiile la nivel lexical ale celor care scriu SMS-uri, între care „fenomenul prefixării excesive [...] (*superfericit(ă)*, *megaocupat(ă)* etc.), frecvența crescândă a anglicismelor (*cool*, *OK* etc.)” (Urușciuc 2008: 115). Extrem de populare în comunicarea pe internet sunt abrevierile de tot felul, care însă nu pot fi descifrate de oricine. Înșiși bloggerii remarcă acest lucru, admitând că pe toate rețelele de socializare sau de comunicare online (Yahoo, Messenger, Facebook, Twitter etc.) prescurtările și emoticoanele sunt prezente în exces, iar printre acronimele utilizate frecvent „se numără cele din limba engleză, cu toate că există și prescurtări ale cuvintelor autohtone” (Popa 2013). C. Popa prezintă o listă întreagă de prescurtări (abrevieri) folosite de internauți pe rețelele de socializare. Reproducem câteva: „*ASL: Age/ Sex/ Location* – Vârstă, sex, locație; *FB: Facebook*; *GM: Msg: Mesaj*; *PLS sau PLZ: Please* – Te rog; *NPC* – Nu ai pentru ce; *NP: No Problem* – Nicio problemă; *HRU* – *How are you?* – Ce faci?; *CF: Ce faci?*; *NB: Noapte bună*; *BN: Bine*; *E1: Everyone* – Toată lumea; *F2F: Face to face* – Față în față; *I43: I love you* – Te iubesc; *4: For* – Pentru; *^5: High five* – Bate palma”... (*ibidem*). Observăm, din dicționarul întocmit de blogger, că nu există un sistem de creare a acestor forme de comunicare, iar structurile abreviate, cuvintele încifrate reprezintă niște invenții ad-hoc, aleatorii, apărute la discreția și după bunul plac al utilizatorilor acestei noi forme de comunicare.

b) *Oralitatea digitală – conversație video* se realizează prin rețeaua virtuală Skype, Facebook, WhatsApp etc. în formă orală non-clasică, întrucât nu sunt respectate toate elementele constitutive ale conversației față în față.

Chiar dacă există contactul direct dintre doi sau mai mulți interlocutori, alte condiții de realizare a vorbirii spontane nu sunt îndeplinite. Este vorba de elementele extraverbale sau de așa-zisele contexte situaționale, cadrul, circumstanțele fiind selectate deliberat. De regulă, spațiul este unul închis, ori, dacă este deschis, este secvențial, așa încât, în absența cadrului pentru deschidere psihologică, conversația se manifestă altfel decât în condiții naturale.

Din considerentele menționate există câteva trăsături definitorii pentru acest tip de oralitate digitală:

– conversația se derulează în condițiile unei exprimări non-verbale limitate, în virtutea canalului de emisie și receptare (ecranul computerului sau al telefonului mobil) prea mic;

– unele mișcări, de exemplu cele efectuate cu tot corpul, fie sunt limitate, fie lipsesc cu desăvârșire – iarăși din cauza spațiului mic de manevră;

– în dialogul video nu sunt implicate unele elemente extraverbale importante (mirosul sau atingerea) pentru a conferi discuției un caracter apropiat (în cazul conversației informale).

Pe de altă parte, oralitatea digitală presupune o abordare cu totul nouă a conversației familiare. Ea se produce în rețeaua virtuală cu oricine se implică în ea. Cu alte cuvinte, tonul familiar, adresarea amicală, oarecum intimă, informală, nu-i vizează doar pe cei care au un statut veritabil în acest sens în viața reală. Adesea, în rolul respectiv (de prieteni apropiați cărora le poți spune orice și din intonație, dar și utilizând limbajul specific) apar indivizi absolut necunoscuți, oameni foarte diferiți ca interese, statut social, sex sau vârstă. Aceștia se comportă în spațiul internetului, de regulă, ca vechi prieteni, ca semenii ce împărtășesc multe lucruri și interese, iar în viața reală ar putea nici să nu se salute din simplul motiv că nici nu s-ar recunoaște. Am putea vorbi, în acest caz, de o familiaritate virtuală, specifică doar comunicării pe internet. Aici apare o problemă de identitate umană, care se manifestă prin frustrări și deziluzii în spațiul adevărat, real, o stare de insatisfacție, îndeosebi la tineri, care duce la o detașare de realitate, subiecții retrăgându-se în spațiul închis și iluzoriu al internetului. Pe lângă avantajele pe care le oferă, de dezinhibare și decomplexare a unor indivizi care au anumite probleme psihologice, comunicarea de acest gen devine astfel un pericol de anarhizare a limbajului, a ordinii de exprimare pentru diversele nișe de vorbitori, având riscul de amalgamare a stilurilor, care să se răsfrângă în comunicarea reală. Totodată, am putea urmări deteriorarea limbajului standard, fapt înregistrat deja în unele publicații online, în special pe blogurile de pe site-urile acreditate, care mimează astfel coalizarea cu majoritatea tânără și mediocră, inducând o modă a nonșalanței în comunicare, în care demnitatea sau sobrietatea exprimării devin vetuste, depășite. Prezentăm un exemplu de acest gen preluat dintr-un blog de pe un site oficial: „Da, *asta* este o simplă observație: în Moldova KGB-ul *e cool*. *E beton*, *e tare*, *e mișto*, *e băț*. Și kaghebiștii *is tari*. Și FSB-iștii, deși sună un pic mai prost. Și securiștii, în general. Oricum, kaghebiștii sunt *cei mai tari*” (Vakulovski, *KGB-ul e cool*), în care relevăm, chiar din titlu, o avalanșă de termeni familiari, argotici sau neologici la modă, pe care îi vom atesta foarte frecvent în discuțiile juvenile, inclusiv în comunicarea pe internet. Astfel, cercetătorii filologi observă tendințe de colocvializare, de impregnare a comunicării cu elemente ale oralității. Acestea, în accepția unor cercetători, sunt: „1) tendința de sporire a dialogismului; 2) tendința de utilizare masivă a limbajului colocvial-familiar în comunicare [...]; 3) tendința spre o comunicare expresivă (în comunicarea pe internet sunt sesizate tot mai mult aspectul creativ, funcția ludică a limbii); 4) tendința de vulgarizare și trivializare a limbii” (Kolokolțeva 2011).

Trebuie să subliniem faptul că texte similare celor din rețelele de socializare, adică preluate din oralitatea digitală, sunt prezente deja și pe paginile ziarelor, în articole publicistice de opinie, mai ales în eseurile-pamflet. Un exemplu concludent în acest sens este următorul: „Și atunci, Zgonea – singurul cetățean român care a

spus:... «*Eu nu scriu k pers publica... scriu k zgonea... altfel contul era diferit... dar se pare k e greutate sa intelegeti... no problem*» – a lovit din nou, nuclear, răspunzând atacului lui Motreanu: «Păi, știți ceva... Noi (PSD-ul) îi spuneam lui Antonescu, Dorel...». Înțelegeți?! Ferească-ne Dumnezeu!» (*Marian Sultănoiu Dorel, colegul lui Zgonea, colegul lui Mihai Viteazul*, gandul.info, 02.06.14). Semnificațiile acestui tip de limbaj sunt la suprafață, decodificându-se prin elemente de satiră și ironie subtile, prin etalarea unei atitudini de desconsiderare față de personajul vizat. Descoperim, prin urmare, că realitățile din limbajul virtual trec grăbit în limbajul publicistic, împruternicit a răspândi și legaliza inovațiile și tendințele din evoluția limbii.

„Care va fi viitorul acestui limbaj care abia acum se naște?”, se întreabă V. Vintilă. „Este el doar un moft sau o fază pasageră prin care trec tinerii și care va dispărea în timp sau se va transforma la un moment dat într-o nouă limbă oficială, limba Internetului?” (Vintilă, *Limbajul messenger*). Nu vom încerca să facem prognoze despre cum va evolua acest nou limbaj „oral/scrис”; cert este că el există și că se distinge de celelalte forme de comunicare de până acum. Este, evident, creat pe baza limbajului tradițional existent; nu s-a inventat nimic în acest sens, nu au fost create alte sisteme de semne lingvistice; au fost doar puțin retușate, ușor transfigurate în scopuri pragmatice de comunicare. Totuși, noutatea, prospețimea expresiei verbale din spațiul virtual denotă posibilități nelimitate ale limbajului, o infinitate de variante pentru comunicare. Sunt necesare pentru aceasta două condiții: mijloace tehnice noi și creativitate.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- Amza 2005 = Raluca Maria Amza, *Forme și trăsături ale comunicării mediate de computer*, în Gabriela Pană Dindelegan (coord.), *Limba Română: Structură și funcționare*, București, Editura Universității din București.
- Crystal 2006 = David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Grossecck, Negru 2009 = Maria-Dana Grossecck, Adina Negru, *Chat-ul și blog-ul – limbaje ale noii generații și influența lor asupra comunicării*, <http://culturasicomunicare.com/pdf/2008/negru.pdf> (accesat 18.08.2013).
- Kolokolțeva 2011 = Т.Н. Колокольцева, *Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка*, în „Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ «Грани познания»”, 4 (14), <http://grani.vspu.ru/files/publics/1325226177.pdf> (accesat 01.04.2013).
- Kuznețov 2011 = Андрей Владимирович Кузнецов, *Письменная разговорная речь в онлайн-коммуникации*, în „Молодой ученый”, 3, Т.2, p. 24–26, <http://www.moluch.ru/archive/26/2877/> (accesat 18.05.2013).
- Milică 2009 = Ioan Milică, *Expresivitatea argoului*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”.
- Mladin 2008 = Constantin-Ioan Mladin, *Spre o recodare a modului de comunicare scripturală. Sau despre tirania democratică a cyberlimbajului*, în *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară și etnofolclorică românească și contextul european*, volum îngrijit de Luminița Botoșineanu, Elena Dănilă, Cecilia Holban, Ofelia Ichim, Iași, Editura Alfa, http://www.philippide.ro/distorsionari_2008/-237-248%20MLADIN_RED.pdf (accesat 18.05.2013).

- Pomian 2009 = Ionuț Pomian, *Stilul funcțional electronic*, în „Dacoromania”, serie nouă, XIV (2), http://www.dacoromania.inst-puscariu.ro/articole/2009_2_3.pdf (accesat 09.08.2013).
- Popa 2013 = Claudiu Popa, *Limbajul de Facebook: Ce înseamnă 143. Consultă DICȚIONARUL*, http://www.rtv.net/lista-celor-mai-utilizate-prescurtari-folosite-pe-facebook-reactia-specialistilor-la-acest-fenomen_72918.html (accesat 08.09.2013).
- Ungureanu 2014, Elena Ungureanu, *Emoticonul în limbajul mesageriei instantanee*, în *Creativitate lingvală: de la semn la text*, Bălți, Editura PIM, p. 269–278.
- Urușciuc 2008 = Ion Urușciuc, *Natura semiotico-gramaticală a limbajului virtual scris al SMS-urilor*, în „Limba română” (Chișinău), XVIII, 3–4, p. 113–119.

*

- Vakulovski, Alexandru, *KGB-ul e cool*, deschide.md (accesat 20.10.14).
- Vintilă, V., *Limbajul messenger*, Blog, 27.09.2011 [online] http://reteaua-literara.ning.com/profiles/blogs/-limbajul-messenger?xg_source=activit (accesat 18.08.13).

DIGITAL ORALITY – A HYBRID FORMAT BETWEEN ORAL AND WRITTEN LANGUAGE OR ANOTHER ORALITY

ABSTRACT

The emergence of a new type of human communication, more specifically the digital orality, develops a gap in the reinterpretation of the oral – written opposition that we can witness nowadays. It is a hybrid form between oral and written human communication, the so-called “written orality”, achieved by means of cyberspace: the internet. Thus, two types of virtual texts can be distinguished: the ones which mostly use a standard literary language (emails, blogs) and the texts, which are mostly made of orality elements (chat, SMS, chatgroup, twitter). This new form of human communication, developed in cyberspace, represents another level in the human language evolution.

Keywords: *communication, virtual texts, digital orality, a hybrid form, the internet.*