THE FEATURES OF THE LINGUISTIC MEANS OF ADDRESS IN THE ONLINE ENVIRONMENT

Corina Cristoreanu

PhD Student, Technical University of Cluj-Napoca – Baia Mare Northern University Center

Abstract: Online communication holds an important place in students' social life, becoming the most accessible bridge between interpersonal relationships, one of the fastest ways of conveying opinions and attitudes. The reasons which support this statement are, among others, accessibility and low costs involved in using social networks.

The present study aims at identifying, describing the types of interactions that occur between students as well as emphasizing the main characteristics of the interactional patterns typical to students in a non-formal context in the online environment.

We chose to monitor ten virtual groups of students, created on the most popular social network, Facebook. The target groups consisted of students enrolled in primary and secondary school as well as high school.

The paper attempts to make an inventory and examine the (un)conventional means of address used by students when they are not constrained by the rules. We will decode these linguistic structures from both a morphological and syntactic viewpoint, without avoiding their pragmatic overtones. In our analysis we use a corpus compiled by the author, including authentic language acts taken from students' interactions on social networks - Facebook.

Key-words: online communication,interactional patterns,social network.

Considerații generale

Comunicarea prin intermediul noilor tehnologii, în special Facebook, ocupă un loc semnificativ în viața socială a elevilor. Această platformă de socializare virtuală, destinată comunicării, considerată a fi una dintre cele mai populare, este o formă facilă și rapidă „de interacțiune socială" (Farina 2015: 3). Vincent Miller (2008: 398) susține faptul că „în mediul virtual, cultura este dominată de *comunicarea fatică*, un tip de comunicare definit prin latura pur socială și nu prin intenții dialogice sau pentru a transmite informații".

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

Aşadar, comunicarea este subordonată doar rolului de a susține rețeaua, urmărindu-se extinderea acesteia.

Wells (1999: 114, *apud* Zhang 2008: 80) afirmă că, elevii, atunci când interacționează verbal, în cadrul unui grup, în cadrul lecțiilor, pot învăța foarte multe lucruri unii de la ceilalți. Extrapolând această afirmație, putem spune că elevii învață unii de la alții și în interacțiunile care au loc într-un cadru nonformal, oferind posibilitatea asimilării și contextualizării unor noi modalități de adresare. Din dorința de a se integra, membrii unui anumit grup preiau mimetic formulele de adresare „la modă" pentru a le utiliza și ei la rândul lor.

Obiectivele și ipotezele cercetării

În prezentul studiu ne propunem să identificăm și să analizăm din punct de vedere pragmatic o serie de formule de adresare, utilizate de elevi în conversațiile din mediul online, în cadrul grupurilor. Premisele acestui studiu rezidă în faptul că, pe de o parte, adolescenții adoptă cu ușurință modalitățile de adresare frecvent folosite în grupul lor de prieteni, iar pe de altă parte, interacțiunea online este preferată de aceștia, fiind considerată mult mai atractivă decât comunicarea față în față. Uneori, conversația debutează *ex abrupto*, ignorând codul convențional al politeții sau, în alte cazuri, primează formulele de adresare de import englezesc sau chiar interjecțiile. Aceste structuri lingvistice de adresare ar varia în funcție de anumiți parametri precum: numărul membrilor grupului, nivelul de cultură al celor implicați în interacțiunea verbală, vârsta, mediul din care provin, sexul.

O altă premisă ar fi aceea că acest tip de comunicare în mediul virtual este desemantizată, putând fi considerată, în esență, o „comunicare fără conținut" (Miller 2008: 398).

În plus, vom încerca să semnalăm potențialele riscuri ale unei astfel de interacțiuni (devitalizarea competenței de a comunica, lipsa empatizării, sărăcia limbajului, datorită modei utilizării abrevierilor și proliferarea greșelilor de ortografie).

Corpusul și metodologia de analiză

Materialul analizat conține un colaj din diferite mesaje postate de membrii grupurilor, care ne-a fost pus la dispoziție cu acordul acestora.

Am ales monitorizarea a zece grupuri de elevi, constituite pe rețeaua de socializare Facebook, pe parcursul unui semestru. În grupul țintă am selectat trei clase de nivel primar (elevi cu vârste cuprinse între 8-11 ani), trei clase de nivel gimnazial (elevi cu vârste

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureş, ISBN: 978-606-8624-03-7
BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

cuprinse între 12-14 ani), trei clase de nivel liceal (elevi cu vârste cuprinse între 16-19 ani) și un grup mixt, format atât din elevi de gimnaziu, cât și din profesori.

Am realizat inventarierea celor mai utilizate formule de adresare folosite de elevi atunci când nu sunt încorsetați de reguli, acte lingvistice autentice, decupate din interacțiuni de pe rețeaua de socializare Facebook. Am identificat mecanismul morfosintactic și valoarea pragmatică a respectivelor structuri.

Precizări terminologice

O definiție pertinentă a adresării este dată de DȘL: „Adresarea reprezintă indicarea explicită de către emițător a destinatarului unui mesaj, prin utilizarea unor mijloace lingvistice, însoțite sau nu de elemente nonlingvistice sau paralingvistice. Adresarea implică două operații de bază: desemnarea destinatarului prin forme nominale sau pronominale și solicitarea acestuia să-și asume un rol, prin folosirea vocativului (cu intonație specifică) și / sau prin forma imperativă a enunțurilor" (DȘL 2005: 27).

În acord cu Daiana Felecan (2015: 3), „adresarea reprezintă o modalitate specifică de raportare a locutorului la alocutor în cadrul procesului comunicativ. Relația dintre cei doi actanți ai comunicării se poate institui fie exclusiv la nivel lingvistic, fie (și) la nivel nonlingvistic sau paralingvistic".

În cazul comunicării prin intermediul rețelelor de socializare, analiza modalităților de adresare constă în identificarea particularităților limbajului la nivel lingvistic, componentele nonverbală și paraverbală fiind substituite de *emoticon*-uri, semne de punctuație.

În opinia lui Kerbrat-Orecchioni (2010: 114), „conversația constituie un tip particular de interacțiune verbală", dar, în același timp, este considerată a fi și „prototipul tuturor interacțiunilor verbale"[1]. Raportându-ne la caracteristicile acestui tip de comunicare, semnalate de aceeași autoare, putem identifica proprietățile specifice ale acesteia și la nivelul schimbului verbal în mediul virtual:

-*caracter imediat* în timp (răspunsul instant); proximitatea spațială nu mai constituie o condiție *sine qua non* pentru realizarea conversației în mediul online, în virtutea argumentului că internetul anulează distanțele fizice;

-*caracterul familiar* sau *nonformal*, spontan, improvizat și decontractat;

[1] *„La conversation est unanimement reconnue comme représentant le prototype de toute interaction verbale" (Kerbrat-Orecchioni 2010: 115).*

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

Similar conversației *face-to-face*, spre deosebire de alte forme de interacțiune verbală[2], nici în conversația din mediul online componentele acesteia nu sunt în prealabil stabilite. Numărul participanților poate fi diferit de la o interacțiune verbală la alta sau poate suferi modificări chiar în timpul aceleiași conversații[3]. Temele tratate, durata schimbului verbal și a diferitelor replici care îl compun, alternanța schimbului de replici, pot fi, de asemenea, variabile[4].

O altă particularitate esențială a conversației o constituie *caracterul egalitar*, principiu democratic conform căruia, „chiar dacă nu beneficiază de același statut social, participanții se comportă în interacțiune ca și cum s-ar afla pe același plan de egalitate, dispun de același ansamblu de drepturi și de obligații" (*Ibidem* 2010: 115). Participanții la interacțiunea verbală care are loc pe rețelele de socializare nu țin cont că în grup există uneori profesori sau colegi mai mici. Ei folosesc aceleași modalități de adresare, fără să ia în considerare faptul că, la nivelul grupului, interacțiunea socială are mai mulți „spectatori" decât în comunicarea față în față, informația fiind transmisă simultan tuturor membrilor unui anumit grup.

[2]*Kerbrat-Orecchioni (2010: 115-120) explică relația dintre conversație și alte tipuri de interacțiune verbală: dialogul, discuția, dezbaterea, interviul.*

[3] *În analiza noastră am observat că numărul participanților activi la conversație este mult mai mic într-un grup decât numărul participanților observatori.*

[4]În analiza formulelor de adresare s-a ținut cont și de următoarele variabile clasificate de Kerbrat-Orecchioni (2010: 125-127):

- alternanța luării cuvântului;
- structurarea interacțiunii;
- maximele conversaționale (de relație și de cantitate);
- tipologia interacțiunilor;
- relația cognitivo-afectivă dintre participanți (necunoscuți, intimi, prieteni, dușmani; rolul acestora în cadrul grupului – dedus din statutul participativ);
- rolul pragmatic (sarcinile fiecărui participant);
- raportul de inegalitate (relațiade dominare între interactanți);
- scopul interacțiunii;
- interacțiuni finalizate / nefinalizate;
- axa formalității (schimburi verbale familiare / colocviale; formale / ceremoniale);
- stilul, tonul (serios / ludic; consensual / conflictual (altercație, dispută, ceartă, polemică);
- durata interacțiunii;
- ritmul;
- conținutul, temele abordate (interacțiuni monotematice, pluritematice, teme impuse, libere, private / nonprivate, futile / serioase);
- dimensiunea graduală: de la conversația cu funcție pur fatică (menținerea relațiilor), la conversația „orientată" care își propune săconsoleze, să seducă, să convingă, sau careare ca obiectiv obținerea de informații, sfaturi, consultări, furnizarea de informații.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

Analiza corpusului. Abordarea pragmatică

Cyberpolitețea

„Politețea este o categorie sociolingvistică, stabilind relația dintre un comportament social politicos și marcarea lui în plan lingvistic" (DȘL 2005: 392-393).

Prima formă de manifestare a politeții în comunicare este reprezentată de adresare. Ionescu-Ruxăndoiu (2003: 65) definește politețea ca fiind „un comportament strategic prin care participanții la actele comunicative urmăresc protejarea reciprocă a imaginii lor individuale și întreținerea unei atmosfere de cooperare". În opoziție cu politețea, impolitețea „se manifestă prin folosirea unor procedee cu potențial agresiv, generatoare de tensiuni între indivizi" (*Ibidem*: 65).

Conceptul de *imagine* (engl. *face*) își are originea în cercetările sociologice ale lui Goffman. Protejarea *feței* constituie o componentă esențială în analiza politeții lingvistice, definită drept „comportament strategic – deci intenţional – al indivizilor, urmărind satisfacerea exigenţelor legate de imaginea lor publică, în scopul menţinerii sau al restabilirii echilibrului interacţional şi a unei atmosfere de cooperare, în cursul proceselor comunicative (...). Există un conflict implicit între dorinţa fiecăruia de a se bucura de aprecierea şi acordul semenilor săi (*positive face*) şi dorinţa de a acţiona conform propriilor idei (*negative face*)" (Ionescu-Ruxăndoiu 2003: 76).

În interacțiunea verbală online, faptul că actorii schimbului conversațional nu se află unul în fața celuilalt, oferă un oarecare confort interlocutorilor, aceștia având impresia că sunt într-un cadru intim, ceea ce duce la creșterea imaginii pozitive.

Examinând corpusul, am observat printre strategiile de interacțiune în mediul virtual utilizarea unor *emoticon*-uri, exploatarea unor imagini personale sau preluate din spațiul virtual, însoțite de texte amuzante, cu aluzii la unii colegi, profesori, situații cunoscute doar de membrii grupului. Efectul scontat în cazul folosirii acestui tip de imagini îl constituie creșterea gradului de popularitate și, implicit, a imaginii pozitive. Uneori, prin acordarea de *like*-uri, altfel spus, prin acordarea de *feed-back* pozitiv, cei implicați în conversație încalcă *maxima calității*, în sensul în care folosesc cuvinte menite să flateze ego-ul celui vizat, sau dau *like* chiar dacă nu le place postarea respectivă, spun lucruri pe care nu le cred. În literatura de specialitate acestea sunt cunoscute ca *acte de flatare a imaginii* (FFA[5] – „face flattering acts"), „care pun în valoare imaginea

[5]Brown și Levinson (1978) au impus termenul FTA (FTA= *FACE THREATENING ACTS*), care s-ar putea traduce prin „acte amenințătoare pentru imagine".

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

partenerului, şi tot ce ţine de manifestarea politeţii" (Borţun; Săvulescu 2008: 29). În acest caz, este evident că „interlocutorii au fățărnicii, intenții ascunse și o duplicitate relațională" (Ilica 2007: 14). Pentru a ține pasul cu transformările impuse de o societate în care accesul la informații este nelimitat, de cele mai multe ori, adolescenții încalcă principiul politeții. Adoptarea acestor practici de FFA determină un tip de relație particulară între participanții la interacțiunea verbală în mediul virtual, inducând o relație afectivă sau de colaborare între membrii grupului respectiv.

Tipologia formulelor de adresare

Am observat că elevii folosesc ca forme de adresare în interacțiunea verbală în mediul virtual substantive proprii (nume de familie, prenume, porecle) sau comune (nume generice de persoană – *omule, băiatule / băiete, fată / fato* – sau care desemnează relații interpersonale – *prietene, -ă, colegul, -a*; nume de rudenie – *mamă*). De asemenea, am identificat utilizarea unor adjective substantivizate prin adăugarea articolului hotărât enclitic, exprimând o apreciere subiectivă a relațiilor dintre interlocutori (*dragule, scumpilor, iubiților*) sau a caracteristicilor fizice ale interlocutorului (*frumosule* – cu variantele *fainule, fainã*), forma de persoana a II-a singular a pronumelui personal (*tu*) (în acest sens vezi DȘL 2005: 27; Felecan 2015: 3).

Am adaptat și utilizat grila de clasificare propusă de Aguert (2012: 70) pentru a filtra diversitatea strategiilor și formulelor de adresare din mediul online în cadrul grupurilor. Examinând corpusul, la un prim nivel de analiză, am sesizat predominanța dihotomiilor: formule de adresare convenționale – neconvenționale, formule preferate de băieți – formule preferate de fete, de import – autohtone, formule care au un anumit grad de agresivitate verbală – formule care reflectă politețea, formule frecvent folosite – rar folosite, termeni protocolari – termeni familiari. Pentru exemplificare, am selectat din repertoriul formulelor de adresare pe acelea pe care le-am considerat reprezentative:

- formule de adresare convenționale (*Salut!; Bună dimineața!; Bună!; Servus (toc)!; Bună seara!; Salutare tuturor!; Domnilor!; Fetelor!*);
- formule de adresare neconvenționale (*Uuuu!; Masonii mei!; Cucu!*);
- formule preferate de fete (*Băăăă!; Mă!; Ziceți bă, fmm!; Auzi bă, copile!; Bă băiete!; Cuconilor!; Dragilor!*);
- formule preferate de băieți (*Colegutzaa / Coleguța!; Tuuu!; Ce e fetelor?; Salut, clasa mea!; Sărut mâna!; Prietenele mele!*);

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureş, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

- de import (*Ceaw!; Haolo!; Hello!; Aloha!; Olah!; Heila!; Hi!; Hey!; Bye-Bye!; Ciocolom!; Bonjour!*);
- autohtone: (*Salut!; Sărut mâna!; Bună seara!; Servus!*);
- formule de adresare cu un anumit grad de agresivitate verbală (*Bă, proștilor!; Ce faceți prăduitorilor? Tot pe chat, tot pe chat?*);
- formule de adresare care reflectă politețea (*Bună dimineața, dragilor / scumpilor, iubiților!*);
- termeni protocolari (*Stimați colegi!*);
- termeni familiari (*Neatza seara colegi!; Manyooooooooo mamăăăă…ești?; Neața băjeții!*);
- formule de adresare frecvent folosite (*Bă!; Măă!; Copii!; Tuu!*);
- formule de adresare rar folosite (*yha!; psss!*);

La nivel morfologic am identificat:

- interjecții (*băă!; mă!; hai!; bă!*);
- antepunerea adjectivului (*Frumoși colegi!; Dragi copii!*);

La nivel lexical:

- cuvinte cu valoare sentimentală, cu conotație afectivă (*Mieluşeilor!; Iepuraşule!; Iubițică!*);
- cuvinte / structuri realizate cu sufixe diminutivale care au rolul de a exprima afectivitatea (*Copilaşi!; Colegutza!; Denisuc!; Maricico!*);
- prescurtarea numelor sau prenumelor, uneori cu valență hipocoristică (*Răzvii*[6]*; Cristii; Vădii; Melii; Bie; Ales*);

La nivel stilistic:

- repetiții (*Helloo, helloo!*);
- exclamații (*Uaaaa!*);

La nivel sintactic:

- fraze segmentate (*Cine îi … să intre cu mn pe privat?*);
- reluarea unor structuri (*Intră şi tu! Intră şi tu acum!*);

Concluzii

[6] *Se observă scrierea cu doi i a unor prenume abreviate, atunci când elevii vor să marcheze la nivel grafic strigarea, adresarea directă sau chiar afectivitatea.*

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureş, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

Comunicarea în mediul virtual este mult mai atractivă și mult mai prolifică. Elevii au posibilitatea de a se exprima, de a-și spune punctul de vedere într-un mod facil, rapid, fără a fi încorsetați de timp, acest tip de interacțiune devenind un *modus vivendi* pentru majoritatea dintr ei.

Pe platforma Facebook, în cadrul grupurilor, într-un spațiu relativ închis, au loc interacțiuni într-o formă autentică, datorită absenței constrângerilor de orice natură.

Se constată că, în cadrul grupului, unii elevi folosesc modalități de adresare preluate mimetic de la alții. De asemenea, numărul formulelor de adresare folosite de membrii unui anumit grup este limitat, iar frecvența utilizării aceleiași formule de adresare specifice unui anumit utilizator este mare. Liceenii sunt adepții formulelor nonconformiste, care reflectă, de fapt, spiritul rebel specific vârstei, în timp ce elevii mici utilizează structuri lingvistice din categoria formulelor convenționale.

Așa cum reiese și din cercetările din domeniu, paradoxal, în ciuda faptului că miza utilizării rețelelor de socializare o constituie comunicarea[7], se constată totuși că, în acest context nonformal, aceasta este lipsită de fond și că rolul său primar se subordonează consolidării relațiilor din cadrul grupului respectiv[8].

De asemenea, o altă observație cu rol de concluzie vizează numărul participanților activi la conversație, care, conform monitorizărilor noastre, este cu mult mai mic într-un grup decât numărul participanților observatori.

Este interesant de remarcat faptul că, pentru a compensa absența unor elemente paraverbale (tonul, volumul, intensitatea), elevii adoptă diferite moduri de a scrie: repetă vocala finală, un grup de sunete sau chiar cuvinte. Am constatat, de asemenea, tendința elevilor de a utiliza frecvent formule cu funcție expresivă (prezența *emoticon*-urilor – *Morr☺))), nu-i nimeni☺)))!; Hei, (☺) ce faceeeeeți?*), porecle (folosite în general cu valoare afectivă – *Scubii!*), precum și cuvinte cu formă regională (*Api*...pentru „apoi”*; Ce îi baiu’?* (reg. „baiul”); abrevieri (*Ziceți bă, fmm* (prescurtare folosită pentru substantivul provenit din adjectiv: „frumoșilor”)!; *No mă... Cf Denii?* (pentru întrebarea „Ce faci?”

[7] Cependant, pour 63 % des 12-14 ans, 81 % des 15-17 ans, 93 % des 18-22 ans, l’internet est avant tout utilisé pour communiquer (Marcoccia 2010: 141).

[8] *Facebook* et les autres sites de réseaux sociaux sont aussi largement utilisés par les adolescents et les jeunes adultes pour renforcer les relations existantes et construire de nouvelles relations (Pempek &*al.* 2009, *apud* Marcoccia 2010: 141).

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

devenită, de altfel, o formulă foarte des utilizată și ca strategie de inițiere a unei conversații).

În urma analizei, putem afirma că acest tip de schimb verbal este, de fapt, o pseudocomunicare deoarece se remarcă, în majoritatea cazurilor, un schimb de informații cu finalitate strict fatică, dar golit din punct de vedere semantic, sec, datorită uzurii lingvistice.

Dacă luăm în considerare afirmația conform căreia „Gestul devine «sufletul» mesajului, partea sa sentimentală, carnația ideii seci, fruste. E respirația emoțională a gândului rațional, așa cum poate fi «echilibrul» unei pătimașe rostiri sălbăticite" (Ilica 2007: 11), putem observa că, în acest tip de interacțiune, schimbul nu are loc și la nivel nonverbal sau paraverbal. Pentru a suplini lipsa acestei laturi importante a comunicării (gesturile, caracteristicile vocii, particularitățile de pronunție, intensitatea rostirii, ritmul, intonația, accentul, fluxul vorbirii și chiar pauza în vorbire sau tăcerea), elevii folosesc diferite *emoticon*-uri care pun în evidență *funcția expresivă* și le oferă posibilitatea descrierii trăirilor interioare. Există o varietate de astfel de semne iconice, de la cele hazlii, la cele care redau diferite stări (mânie, uimire, tristețe), prin care se vizează compensarea dimensiunii paraverbale. Apelul frecvent la aceste forme de substituție a emoției poate duce, în timp, la o inhibiție în ceea ce privește exprimarea în mod natural a dinamicii sufletești. „Rolul comunicării paraverbale este de a determina starea de emoție și implicarea afectivă a elevilor. «Relieful» vocii ține la rândul lui de o anumită educație, de o artă a vorbirii, de implicare afectivă în ceea ce se rostește. Prin comunicarea paraverbală se exprimă nu numai atașamentul față de cele spuse, ci și respingerea acestora. Spre deosebire de celelalte tipuri de comunicare, paraverbalitatea ține de o anumită educație a comunicării în școală, de angajarea și implicarea emoțională a elevilor. Vorbirea afectivă, modulară ca tonalitate, atitudinea afișată prin timbrul vocii țin de paraverbalitate" (Ilica2007: 12). Lipsa acestei componente esențiale a comunicării, prin care sunt transmise mesajele spontane în mod natural și care presupun o anumită afectivitate, opusă componentei verbale, raționale, are ca rezultat pierderea empatizării.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

BIBLIOGRAPHY:

Aguert, Marc, *et al*., 2012, *La communication expressive dans les forums de discussion: émotions et attitude ironique chez l'adolescent*, în „Revue Tranel", 57, p. 63-82. http://www2.unine.ch/files/content/sites/islc/files/Tranel/57/63-82_Aguert%20&%20Al_def.pdf, (accesat în 26 aprilie 2016).

Amado, Gilles, André Guittet, 2007, *Psihologia comunicării în grupuri*, traducere de Gabriela Sandu, Iași: Editura Polirom.

Borțun, Dumitru, Silvia Săvulescu, 2008, *Analiza discursului public*,https://ro.scribd.com/doc/12412595/analiza-discursului-public, (accesat în 26 aprilie 2016).

DEX, 2009, https://dexonline.ro/definitie/adresare, (accesat în 23 aprilie 2016).

Bidu-Vrănceanu, Angela, Cristina Călărașu , Liliana Ionescu -Ruxăndoiu, Mihaela Mancaș, Gabriela Pană Dindelegan , 2005, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii* , București: Editura Nemira.

Farina, Matteo, 2015, *Facebook first post telling*, în „Journal of Pragmatics", 90, p.1-11. http://ac.els-cdn.com.am.enformation.ro/S0378216615003008/1-s2.0-S0378216615003008-main.pdf?_tid=b0bc331a-0bc5-11e6-851d-00000aacb360&acdnat=1461685618_3c040265ad09adb5ce8b51757e56db88, (accesat în 26 aprilie 2016).

Felecan, Daiana, 2015, *Modalități lingvistice de adresare convenționale vs neconvenționale. (Formule de salut vechi și noi în limba română)*, în „Diacronia", 1, p.1-19.

Galimberti, Carlo, 1994, *Dalla communicazione alla conversazione*, în „Ricerche di Psichologia", http://fc.retecivica.mi.it/RCMWEB/Tesoro/suk/fad/comunic_conver.pdf, (accesat în 7 mai 2016).

Ilica, Anton, 2007, *Psihologia comportamentului în ambianța postmodernă*, în „Educația-Plus", Arad: Editura Universității „Aurel Vlaicu", p.7-29.

Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, 2003, *Limbaj și comunicare*. *Elemente de pragmatică lingvistică*, București: Editura All Educational.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine, 2010, *Les interactions verbales. Approche interactionnelle et structure des conversations*, Tome 1, Edition Armand Colin.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)

Marcoccia, Michel, 2010, *Les forums de discussion d'adolescents: pratiques d'écritures et compétences communicatives*, în „Revue française de linguistique appliquée", vol. XV, n. 2, p. 139-154.

Miller, Vincent, 2008, *New media, networking and phatic culture.Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14.4, p. 387-400.

Pempek, T.A., Y.A. Yermolayeva & S.L. Calvert, 2009, *College students' social networking experiences on Facebook*,în „Journal of Applied Developmental Psychology", 30, n. 3, p. 227-238.

Wells, G., 1999, *Dialogic and Enquiry: towards a Sociocultural Practice and Theory of Education*, Cambridge: Cambridge University Press.

Zhang, Yani, 2008, *Classroom Discourse and Student Learning*, în „Asian Social Science", 4, n. 9.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureş, ISBN: 978-606-8624-03-7

BDD-V3995 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:33 UTC)