Iulian Boldea, Dumitru-Mircea Buda (Editors)
CONVERGENT DISCOURSES. Exploring the Contexts of Communication
Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2016
ISBN: 978-606-8624-17-4
Section: Language and Discourse

INTERPERSONAL/ RELATIONAL DEIXIS IN ONLINE COMMUNICATION

Angelica Hobjilă

Assoc. Prof., PhD, "Al. Ioan Cuza" University of Iași

Abstract
Interpersonal communication, in general, and online communication – as a particular form of manifestation, nowadays, of the speaker – interlocutor relationship – involves a number of specific coordinates, relative to the communicative context and its variables.
One of these contextual variables is represented, on the one hand, by the personal and subjective data of any communicative act and, on the other hand, by their corroboration and their intersection in the sphere of human relationship. Hence, discursive and pragmatic analysis of oral and / or written message(s) may reflect multiple meanings. In this context, this paper proposes to particularize such an analysis in two directions: (a) online communication, in its written form, reflected in the comments posted on blogs and (b) to capitalize, in these comments, the interpersonal / relational deixis.
After such a study, one can notice various coordinates of intersubjectivity and of speaker – interlocutor interaction (here, blogger – people who choose to post comments on specific articles on a blog), coordinates which materialize, linguistically, (also) through the interpersonal / relational deixis (personal pronouns forms / courtesy formulas, verb forms, forms of address, of greeting etc.).

Key-words: deixis, intersubjectivity, speaker – interlocutor relationship, context, online communication

Introducere

Ca modalitate/ mijloc de relaţionare/ interacţiune, de împărtăşire de informaţii/ opinii/ trăiri, de creare de reţele/ comunităţi cu nucleu personal/ interpersonal, profesional etc., comunicarea online implică, subsumându-se comunicării interumane, în general, actualizarea mărcilor subiectivităţii/ intersubiectivităţii şi ale contextualizării. Dintre acestea, un loc aparte îl ocupă deixis-ul de diferite tipuri, din a cărui sferă accentul va fi pus, în lucrarea de faţă, pe cel interpersonal/ relaţional.

În acelaşi sens al particularizării, analiza va viza identificarea acestui tip de deixis (ilustrat prin forme pronominale personale/ de politeţe, forme verbale, formule de adresare, de salut etc.) în situaţii concrete de comunicare online (aici, în varianta ei scrisă), şi anume în comentariile postate pe bloguri – manifestări, pe de o parte, ale subiectivităţii fiecărui utilizator care alege să se exprime/ să-şi expună/ susţină punctul de vedere pe o temă dată (un articol de pe blog şi, eventual, comentariile postate anterior), într-un astfel de context, şi, pe de altă parte, ale intersubiectivităţii, ale interacţiunii locutor(i) – interlocutor(i) (ambele ipostaze ilustrate, de asemenea, de utilizatori deschişi către comunicare: blogger/ bloggeri şi persoane care oferă feedback pentru ceea ce citesc pe un blog).

1. Comunicarea online – delimitări, particularizări

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

Subsumându-şi atât caracteristici ale comunicării interumane, în general, cât şi ale universului social media, comunicarea online este prezentată, în literatura de specialitate, din multiple perspective, în funcţie de coordonata analizată la un moment dat, diacronic sau sincronic, eventual în comparaţie cu relaţionarea/ comunicarea faţă-în-faţă, din punct de vedere strict comunicativ, psihologic, sociologic, economic etc. Dintre acestea, vor fi sintetizate mai jos cele de interes în contextul lucrării de faţă: acele trăsături ale comunicării online cu implicaţii particulare în sfera blogurilor.

În literatura de specialitate sunt prezentate, drept caracteristici ale comunicării online, prin social media, printre altele: accesibilitatea, uşurinţa în utilizare, „volatilitatea în timp", în condiţiile în care „comunicarea prin social media poate fi alterată/ modificată aproape instantaneu prin comentarii, editare, voturi ş.a.m.d" (De Chourhury, Sundaram, John, Duncan Seligmann, 2010, p. 64), „colocvialitatea limbajului" folosit de către utilizatori (Zafiu, 2003) etc., intervalul de timp „mai mare şi variabil" între momentul unei postări şi citirea acesteia de către potenţialul public-ţintă al unui website (Walther, Tidwell, apud Provine, Spencer, Mandell, 2007, p. 300)/ faptul că utilizatorul este cel care alege să răspundă imediat sau după un anumit interval de timp (De Chourhury, Sundaram, John, Duncan Seligmann, 2010, p. 64), valorificarea emoticoanelor (într-un top al acestora, cele mai utilizate fiind „smile" şi „laugh" – Provine, Spencer, Mandell, 2007, p. 302) etc.

Funcţional/ pragmatic, social media are rolul de a transla comunicarea către un „dialog interactiv" şi ia forme dintre cele mai diverse: „magazine, forumuri, webloguri, social bloguri, microblogging, wikis, podcast, photografii sau imagini, video" etc. (Baruah, 2012, p. 1); dintre acestea, pe locul cinci într-un top al preferinţelor utilizatorilor se plasează blogul (Baruah, 2012, p. 6), definit, în studiile de specialitate, ca „un jurnal online în care un individ, un grup sau o corporaţie prezintă o serie de activităţi, opinii sau credinţe" (Baruah, 2012, p. 4), „experienţe personale şi, ocazional, comentarii" ale cititorilor la postările autorului/ autorilor unui anumit blog, precum şi „cele mai interesante, amuzante sau provocatoare informaţii descoperite recent de către un utilizator" (Adar, Adamic, 2005, p. 207).

În plan individual/ personal, comunicarea online se poate constitui într-o „modalitate de a îmbogăţi pe oricine cu un mesaj imediat, consistent" (Rosen, 1996, p. 74), având în vedere faptul că „unul dintre cele mai importante avantaje [ale social media] este împărtăşirea online a cunoştinţelor şi informaţiilor către diferite grupuri de persoane" (Baruah, 2012, p. 1). Dincolo de câştigul informativ, de posibilitatea împărtăşirii de informaţii, experienţe, opinii, credinţe etc., se remarcă şi importanţa statusului fiecărui utilizator, în condiţiile în care, „în comunităţile virtuale, statusul depinde în primul rând de ceea ce străinii spun altor străini", el reiese din „povestire" (Lampel, Bhalla, 2007, pp. 440-441), din ceea ce alege fiecare să posteze; de altfel, „comunităţile online sunt [...] făcute de străini care rămân străini" (Lampel, Bhalla, 2007, p. 450), de aici şi caracterul preponderent anonim al ipostazelor în care indivizii aleg să se plaseze, al intervenţiilor pe un website (Provine, Spencer, Mandell, 2007, p. 300) etc.

Interacţional/ interpersonal, comunicarea online permite crearea unor grupuri, ca premisă pentru stabilirea de relaţii cu persoane pe care încă un individ nu le-a cunoscut personal (Hannan, 2010, p. 48). Caracterul interactiv, interpersonal, relaţional, deschiderea către ceilalţi, către comunicarea cu aceştia pe diverse teme se constituie, de altfel, într-unul dintre avantajele comunicării online, prin posibilitatea de a interacţiona, „atât social, cât şi profesional" (Baruah, 2012, p. 5), prin plasarea unui individ în ipostaza de a comunica/ de a intra în relaţie cu un grup mai mare de persoane, cu atât mai mult cu cât un utilizator „de obicei citeşte postările celorlalţi şi scrie, la rândul său, comentarii/ postări pentru a fi citite de

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

către alte persoane" (Wise, Hamman, Thorson, 2006, p. 35). Particularizând, se subliniază, în studiile de specialitate, „caracterul public" al blogurilor, în condiţiile în care, în acest caz, comunicarea online este percepută „mai mult ca un discurs public decât ca o modalitate de relaţionare privată" (Ledbetter, 2009, p. 474).
De altfel, motivaţia înscrierii într-o comunitate online (inclusiv de tipul celei care presupune citirea articolelor de pe un blog şi postarea de comentarii) relevă corelarea celor două planuri (individual/ personal şi interacţional/ interpersonal) prezentate *supra* şi este asociată, în literatura de specialitate, cu precădere „scopului şi conţinutului comunităţii" respective (Ridings, Gefen, apud Wise, Hamman, Thorson, 2006, p. 25) şi, în mod deosebit, „schimbului de informaţii" (Wise, Hamman, Thorson, 2006, p. 25). Particularizând pentru accesarea blogurilor, se subliniază ideea că „indivizii vizitează bloguri care sunt axate pe anumite teme sau care susţin un anumit punct de vedere" (Ridings, Gefen, apud Wise, Hamman, Thorson, 2006, p. 25), respectiv pentru a interacţiona (Kaye, apud Wise, Hamman, Thorson, 2006, p. 25), aşadar scop informativ şi interacţional/ relaţional în acelaşi timp. În plus, se atrage atenţia şi asupra câştigării unei anumite reputaţii, a unui anumit prestigiu prin oferirea de informaţii, prin postări bine construite, documentate etc. (Kollock, apud Lampel, Bhalla, 2007, p. 439).

Particularizând, în contextul în care analiza de faţă vizează cu precădere comentariile postate pe bloguri, se impune a fi subliniat şi caracterul „asincronic" al mesajelor postate online – asociat, în lucrările de specialitate, diferitelor grade de implicare din partea participanţilor, aspectului mai elaborat al mesajelor, intervalului mai mare de timp alocat scrierii acestora (*versus* comunicarea simetrică), percepţiei/ impresiei mai mult sau mai puţin favorabile unui anumit utilizator (prin raportare la frecvenţa postărilor acestuia) etc. (Wise, Hamman, Thorson, 2006, pp. 26-27; Walther, apud Ledbetter, 2009, p. 474).
În general, se consideră că există puţine studii centrate pe comentariile postate pe bloguri (Mishne, Glance, 2006, p. 1), unele dintre acestea fiind prezentate sintetic prin prisma principalelor coordonate şi implicaţii ale comentariilor analizate: „natura conversaţională a comentariilor", folosirea comunicării pe bloguri ca „predicţie pentru consecinţele acesteia asupra comportamentului utilizatorilor, asupra vânzărilor" etc. (De Chourhury, Sundaram, John, Duncan Seligmann, 2010, p. 66), frecvenţa postării de comentarii, caracterul subiectiv al acestora (marcat prin utilizarea de expresii precum „cred că...", „după părerea mea" – „mai frecvente în dispute decât în alte tipuri de comentarii" – Mishne, Glance, 2006) etc.
În general, se atrage atenţia asupra faptului că aceste comentarii „sunt privite de către majoritatea bloggerilor ca fiind vitale pentru natura interactivă a blogurilor" (Mishne, Glance, 2006), ele putând fi considerate „legături implicite între indivizi" (Mishne, Glance, 2006). De altfel, analizând trimiterile din unele comentarii, se remarcă utilizarea numelui persoanei la a cărei postare se face referire (autor al articolului postat pe un blog sau al unui comentariu la acesta), respectiv folosirea persoanei a doua (Mishne, Glance, 2006). În această perspectivă a analizei de tip interacţional se înscrie şi lucrarea de faţă, cu accent – în secţiunea aplicativă – pe identificarea, în comentariile postate pe bloguri, a mărcilor deixis-ului interpersonal/ relaţional.

2. Deixis – deixis interpersonal/ relaţional

Deixis-ul este prezentat, în lucrările de specialitate (cf. Diessel, 2012; Ghiţă, 2011; Matras, Bolkestein, 2006; Hobjilă, 2003; Reboul, Moeschler, 1998; Fillmore, 1997; Fonseca, 1996; Levinson, 1983 etc.), atât din perspectivă teoretică (definire, tipologie, forme etc.), cât şi din perspectivă aplicativă (exemplificarea diverselor tipuri de deictice în varii contexte comunicative, literare sau nonliterare).

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

Într-o interpretare generală, deixis-ul se constituie într-o unitate comunicativă – cuvânt, segment de cuvânt (desinenţă/ sufix/ particulă), gest, direcţie a privirii etc. – care trimite, în situaţii de comunicare diferite, către referenţi diferiţi; de exemplu, pronumele personal propriu-zis *eu* trimite, într-un articol postat pe blog, către autorul acestuia, în timp ce – actualizat într-unul dintre comentarii – poate trimite către un anumit utilizator care alege să-şi expună punctul de vedere faţă de cele citite; în manieră similară, adverbul de loc *aici* poate individualiza, într-un comentariu, contextul în care se discută [„aici, pe acest blog”], iar în altul – situaţia social-politică la care se face referire [„aici, în România”]; desinenţa *-i* din *scriai* trimite către interlocutorul din contextul 1 (de exemplu, către autorul articolului de pe blog: „într-un alt articol scria*i* că...”) sau din contextul 2 (de exemplu, către unul dintre utilizatorii care a plasat un comentariu); acelaşi gest indicativ poate individualiza un element sau altul dintr-o situaţie comunicativă (în comunicarea online, un icon poate primi interpretări diferite, în funcţie de context – vezi, de exemplu, „decodările” unui icon zâmbet: bucurie, înţelegere, ironie, încurajare etc.), după cum direcţia privirii poate face diferenţa între un interlocutor sau altul, din mai mulţi existenţi în aceeaşi situaţie de comunicare etc.

Dintre multiplele tipologii ale elementelor deictice, prezentate în studiile de specialitate (cf. Ghiţă, 2011; Hanks, 2011; Matras, Bolkestein, 2006; Hobjilă, 2003; Lyons, 2002; Fillmore, 1997; Fonseca, 1996; Fonseca, 1994; Bühler, 1990; Levinson, 1983 etc.), marcând opoziţii între deicticele „ad oculos” – anaforice – „am fantasma”, „indiciale” – „textuale” – „transposta”, primare – secundare, extratextuale – intratextuale, personale – spaţiale – temporale – discursive – sociale – „descriptive”, pronominale – adverbiale – verbale – substantivale – adjectivale – interjecţionale – numerale – articole, de gradul I – de gradul II – ... – de gradul n etc., relevante în contextul lucrării de faţă sunt cele raportate la:

(a) variabilele contextuale ale unei situaţii de comunicare – se distinge, în acest sens, deixis-ul interpersonal/ relaţional/ social de alte tipuri de deixis precum: deixis-ul personal, deixis-ul temporal, deixis-ul spaţial, deixis-ul discursiv şi deixis-ul descriptiv (Hanks, 2011, p. 315; Academia, 2005, p. 645; Fillmore, 1997, p. 61; Fonseca, 1994, pp. 61-62; Levinson, 1983, pp. 62-63 etc.);

(b) variabilele de ordin lingvistic (morfologic, sintactic) ale concretizărilor deixis-ului – se diferenţiază, aici, deixis-ul manifestat prin cuvinte (sintetice/ perifrastice)/ sintagme propriu-zise *versus* sufixe/ desinenţe, respectiv deixis-ul pronominal, deixis-ul substantival, deixis-ul interjecţional (reperabile mai frecvent în contextele analizate, subsumate problematicii interacţiunii/ relaţionării online), de deixis-ul adjectival, deixis-ul verbal, deixis-ul numeral, deixis-ul adverbial, deixis-ul prepoziţional şi deixis-ul articol (Academia, 2005, pp. 640-655; Hobjilă, 2003, pp. 62-64; Fonseca, 1996, p. 440 etc.).

Având în vedere elementele de specificitate ale comunicării online, pe de o parte, şi ale mecanismului postării de comentarii pe bloguri, de către diferite categorii de utilizatori, pe de altă parte, accentul va fi pus, în componenta aplicativă a lucrării, pe identificarea modalităţilor gramaticale (cuvinte şi/ sau flective, pronominale, substantivale, verbale, interjecţionale etc.) în care apare reprezentat, în astfel de comentarii, deixis-ul interpersonal/ relaţional, ca ilustrare concretă a raportului particular locutor – interlocutor (subiectivitate a locutorului – subiectivitate a interlocutorului) şi a caracterului interactiv al comunicării de tip blogging.

3. Concretizări ale deixis-ului interpersonal/ relaţional în comunicarea online

Pentru o perspectivă nuanţată asupra manierei de relaţionare online în sfera comunicării pe blog, relaţionare reflectată (şi) în tipurile de deixis interpersonal/ relaţional

BDD-A25402 © 2016 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

actualizate în comentarii, am ales spre analiză postările de pe două bloguri accesate de utilizatori de limbă română: http://www.printesaurbana.ro/ (din care am avut în vedere cu precădere reacţiile la articole de parenting – B1) şi http://www.espressoman.ro/ (B2).

Ambele bloguri reflectă o dinamică variabilă, cum este şi firesc, a comentariilor, raportate atât la tema şi provocările lansate prin articolul postat de către blogger, cât şi la intervenţiile celorlalţi utilizatori. Implicit, se remarcă, în plan lingvistic, un ansamblu interesant de manifestări ale deixis-ului interpersonal/ relaţional – mărci, în esenţă, ale rolului/ rolurilor asumate de către blogger(i) şi de către cei care aleg să posteze comentarii, ale interacţiunilor dintre aceste roluri, ale relaţiilor construite între blogger şi utilizatori, respectiv între utilizatori etc..

Sunt reperabile, în comentariile excerptate de pe blogurile menţionate, următoarele concretizări ale deixis-ului interpersonal/ relaţional:

(a) forme pronominale şi/ sau verbale de persoana a doua singular – cuvinte propriu-zise şi/ sau flective: „ce părere a*i*?” (B2), „Dar n-a*i* zis *asta* la microfon?” (B2) – desinenţă de persoana a doua singular, ce trimite către utilizatorul care a postat comentariul anterior; *asta* – deictic pronominal demonstrativ ce trimite către comentariul anterior (în esenţă, deixis discursiv, însă reflectând şi relaţia/ interacţiunea dintre blogger şi utilizatorul care a postat un comentariu) etc.;

(b) forme pronominale/ adjectivale pronominale şi/ sau verbale de persoana a doua plural – reflectând o relaţie marcată, într-o măsură mai mare, cu trăsătura [+ oficial] (marcă a politeţii) cu bloggerul sau comunitatea de utilizatori percepută ca întreg: „sunte*ţi* la favorite” (B2), respectiv adresarea directă a unui utilizator către întreaga comunitate: „ave*ţi* grijă de *voi*, copiii *voştri* au nevoie de mame sănătoase” (B1);

(c) forme pronominale/ adjectivale pronominale şi/ sau verbale de persoana întâi plural – marcând relaţia/ comunicarea ulterioară asumată locutor – interlocutor: „ca să nu aglomerăm aria de comentarii cu offtopic-uri” (B2), „să discutăm” (B2); solidaritatea/ complicitatea dintre utilizatori: „Generaţia *noastră* a crescut crezând în...” (B1), „doar suntem în România ☺” (B2), „hai să nu ne mai prefacem” (B1), „avem nevoie să *ne* informăm să putem merge înainte, să îi iubim orice ar face ☺” (B1), „propun să facem nişte poze” (B1), „pentru că *noi*, în România, *ne* mirăm de normalitate” (B1), „sănătoase să fim, să le fim aproape” (B1);

(d) forme alternante de persoana întâi şi persoana a doua, singular, ca mărci ale relaţiei deschise locutor – interlocutor (aici, blogger – utilizator): „Rugămintea *mea* este să postez*i* pe forum [...] *Îţi* voi răspunde acolo şi *eu* şi ceilalţi pasionaţi de cafea” (B2); „*Îmi* poţi spune, *te* rog*ϕ*, care cărţi sunt şi de unde le-a*i* cumpărat?” (B1), „*îţi* răspund*ϕ* cu plăcere” (B2); „*Mi*-ar plăcea dacă a*i* recomanda ceva cărţi care *te*-au ajutat pe *tine*.” (B1), „*te* rog*ϕ* să-*mi* confirm*i*” (B2); „*mă* poţi ajuta?” (B2); „pot*ϕ* să *îţi* trimit*ϕ* *eu* nişte poze ☺” (B1); „nu ştiu ce părere a*i* *tu*...” (B1); „*te* voi citi” (B1) – premisă a continuării relaţiei/ interacţiunii comunicative; „ştiu ce spui” (B2), „*Mi* se pare de bun simţ ce a*i* scris *tu*” (B1) – exprimare a solidarităţii; „I’m with you!” (B1), „Atât de frumos a*i* scris, atât de frumos simţi, *aş* vrea să-*mi* aduc şi *eu* aminte mereu să simt*ϕ* aşa (sau că simt*ϕ* aşa)” (B1) – manifestare a empatiei etc.;

(e) forme alternante de persoana întâi singular şi persoana a doua plural – ilustrând raportarea unei persoane, într-un comentariu, la restul utilizatorilor ca la o

BDD-A25402 © 2016 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

comunitate: „ştiu sigur că şi *voi* ştiţi asta" (B1), „am achiziţionat aparat prin intermediul reducerilor *voastre*" (B2), „Pe *mine* să *mă* întrebaţi de dinţi" (B1) etc.;

(f) forme alternante de persoana a întâi singular şi plural şi de persoana a doua plural: „Mămici, vă urez All the best şi nu vă stresaţi că oricum nu terminăm niciodată treburile casnice!" (B1) – marcând, pe de o parte, asumarea de către utilizator a rolului subsumat unei anumite comunităţi (aici, a „mămicilor", actualizate sub forma vocativului) şi, pe de altă parte, raportarea la această comunitate atât din exteriorul, cât şi din interiorul ei (detaşare – prin vocativ şi prin persoana a doua plural –, urmată de asumare – persoana întâi plural);

(g) vocative: adresări directe folosind prenumele utilizatorului: „Ioana", „Deea", „Ruthie", „Cenuşăreasa/ Cinderella", „Cristina", „Cami" (B1), „Adi", „Emil", „Mihai", „Ana", „Liviu" (B2) – mărci pentru cultivarea unei relaţii personalizate cu utilizatorii; formule de adresare de tipul: „dragă Ioana" (B1), „draga mea" (B1), „păi, draga mea, ..." (B1), „draga mea Ioana" (B1), „măi tăticule" (B1), „mă fetelor" (B1), „fată dragă" (B1) – reflectând un grad mare de familiaritate, în ultimul exemplu – asociat şi diferenţei de vârstă (tip mamă – fiică), între persoanele care comunică pe blog – *versus* „frate" – relaţie tensionată cu interlocutorul (B1);

(h) interjecţii apelative (uneori, asociate prenumelui interlocutorului) şi interjecţii prezentative, marcând, pe de o parte, relaţia locutor – interlocutor şi, pe de altă parte, stilul comunicativ al unui anumit utilizator, respectiv „colocvialitatea" comunicării online: „da, *măi*, Ioana, eu cu gândul ăsta..." (B1), „*băi*, ar fi drăguţ" (B1), „vezi, *măi*, e bine să..." (B1), „*măi* tăticule, tu ai scris aci să te lauzi" (B1), „aşa e, *mă* fetelor, şi la voi?" (B1), „*Uite*, am scris aici" (B1);

(i) formule de salut sintetice, eliptice, uneori preluate din limba engleză, asociate sau nu prenumelui interlocutorului, izolate sau nu de restul comentariului, reflectând maniera – între caracter oficial, politeţe şi caracter amical, familiaritate – în care un anumit utilizator se raportează la blogger şi invers: „Bună ziua", „Bună seara" (B2), „Salut" (B1); „hello", „hi", „te salut", „salutare", „salut, sper să...", „salut, ai idee unde aş putea găsi..." (B2), „Salut Adi", „Salut Emil", „Salut Mihai" (B2), „Bună" (B1, B2), „Salutări" (B2) etc.;

(j) forme verbale imperative: „*revino* oricând ai întrebări" (B2) – marcă pentru stimularea relaţionării comunicative ulterioare;

(k) emoticonul ☺ – folosit, uneori exclusiv, ca răspuns la urări sau aprecieri: „☺", „☺ Merci" (B2), ca exteriorizare a ironiei: „vezi, măi, e bine să mai asculţi şi de blonde ☺" (B1) etc. – mărci ale unei relaţii relaxate, deschise, a bloggerului cu utilizatorii şi, în principiu, a utilizatorilor între ei.

Fără a avea caracteristicile unei analize exhaustive, elementele prezentate *supra* atrag atenţia asupra unora dintre principalele coordonate ale comunicării online de tip blogging şi, în special, ale manierei de construire a comentariilor pe care diverşi utilizatori aleg să le posteze prin raportare la un anumit articol: comportamentul de „comunitate" al utilizatorilor, deschiderea acestora către comunicare (motivată divers – prin nevoia de informare, de afirmare, de a primi confirmări, recunoaştere, de a împărtăşi experienţe, stări, idei etc.), caracterul interactiv al postărilor, respectiv intersubiectivitatea contextualizată tematic (coroborare a subiectivităţilor utilizatorilor – incluzând aici şi bloggerul).

Concluzii

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

Printre principalele avantaje ale comunicării online, atât literatura de specialitate, cât şi realitatea comunicativă plasează interacţiunea şi crearea de comunităţi. În acest context, lucrarea de faţă propune analiza particularizată – în sfera blogging-ului – a acestui tip de comunicare, prin identificarea, în comentariile postate pe bloguri, tocmai a acelor elemente de ordin lingvistic (şi extralingvistic – deşi, aici, mai puţin reprezentate) care reflectă specificitatea relaţionării locutor – interlocutor, aici blogger – utilizator(i), utilizator 1 – utilizator 2 – ... – utilizator n: deixis-ul interpersonal/ relaţional.

Valorificat în accepţiunea sa cea mai generală, deixis-ul interpersonal/ relaţional a fost identificat în numeroase contexte excerptate din comentariile postate de către utilizatori pe cele două bloguri analizate, fiind concretizat în cuvinte (pronume, adjective pronominale, substantive, interjecţii etc.) şi flective (desinenţe) de persoana întâi şi a doua, singular şi plural, cel mai frecvent alternante, respectiv în sintagme subsumate problematicii adresării, a salutului etc., toate acestea ilustrând, în esenţă, variabilele relaţiei blogger – utilizator(i) şi/ sau utilizator – utilizator(i), oscilând între caracter oficial şi familiaritate, între empatie, solidaritate şi revoltă, între cerere şi ofertă, constanta fiind reprezentată, însă, de deschiderea către (şi nevoia de) comunicare.

BIBLIOGRAPHY:

Academia Română. Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti". (2005). *Gramatica limbii române. [Vol. 2]: Enunţul*. Bucureşti: Editura Academiei Române.

Adar, E.; Adamic, L. A. (2005). *Tracking information epidemics in blogspace*. In *WI '05: Proceedings of the 2005 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence*. Washington: IEEE Computer Society, pp. 207-214.

Baruah, T. D. (2012). *Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study*. In *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5), http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.376.5533&rep=rep1&type=pdf.

Bühler, K. (1990). *Theory of language: the representational function of language*. Translated by Donald Fraser Goodwin. John Benjamins B. V.

De Chourhury, M.; Sundaram, H.; John, A.; Duncan Seligmann, D. (2010). *Analyzing the Dynamics of Communication in Online Social Networks*. In Furht, B. (ed.). *Handbook of Social Network Technologies and Applications*. Springer Science and Business Media, LLC, pp. 59-96, http://www.munmund.net/pubs/bc_springer.pdf.

Diessel, H. (2012). *Deixis and demonstratives*. In Maienborn, Claudia; Heusinger, Klaus von; Portner, Paul (eds.). *Semantics*. Volume 3. De Gruyter Mouton, pp. 2407-2432.

Fillmore, C. J. (1997). *Lectures on Deixis*. Stanford, California: CSLI Publication, Center for the Study of Language and Information.

Fonseca, F. I. (1994). *Gramática e Pragmática. Estudos de Linguística Gerale de Linguística Aplicada ao Ensino do Português*. Porto: Porto Editora.

Fonseca, F. I. (1996). *Deixis e pragmática linguística*. In Faria, H. I. et al. (orgs.), *Introdução à Linguística Geral e Portuguesa*. Lisboa: Editorial Caminho, pp. 437-445.

Ghiţă, R. (2011). *Deixisul: categorie lingvistic-universală: modalităţi de exprimare a deixisului în limbile română, franceză şi maghiară*. Braşov: Editura Universităţii „Transilvania".

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)

Hanks, W. F. (2011). *Deixis and indexicality*. In Bublitz, W., Norrick, N. R. (Eds.). *Foundations of Pragmatics*. Berlin/Boston: Walter de Gruyer GmbH &Co. KG, pp. 315-346.
Hannan, E. (2010). *Making it personal*. In *Communication World*, 27(1); ProQuest, p. 48.
Hobjilă, A. (2003). *Microsistemul deicticelor în limba română vorbită neliterară actuală*. Iași: Casa Editorială *Demiurg*.
Lampel, J.; Bhalla, A. (2007). *The Role of Status Seeking in Online Communities: Giving the Gift of Experience*. In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, pp. 434-455.
Ledbetter, A. M. (2009). *Measuring Online Communication Attitude: Instrument Development and Validation*. In *Communication Monographs*, 76(4), pp. 463-486.
Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
Lyons, J. (2002). *Linguistic Sematincs: An Introduction*. Cambridge University Press.
Matras, Y., Bolkestein, A. M. (2006). *Deixis and anaphora: Some case studies*. In Bernini, G., Schwartz, M. L. *Pragmatic organization of discourse in the languages of Europe*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH&Co. KG, pp. 215-253.
Mishne, G.; Natalie G. (2006). *Leave a reply: An analysis of weblog comments*. In *Proceedings of the 3rd Annual Workshop on the Weblogging ecosystem, 15th International World Wide Web Conference*, Edinburg, http://www.ambuehler.ethz.ch/CDstore/www2006/www.blogpulse.com/www2006-workshop/papers/wwe2006-blogcomments.pdf.
Provine, R. R.; Spencer, R. J.; Mandell, D. L. (2007). *Emotional Expression Online: Emoticons Punctuate Website Text Messages*. In *Journal of Language and Social Psychology*, 26(3), pp. 299-307.
Reboul, A.; Moeschler, J. (1998). *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*. Paris: Armand Colin.
Rosen, S. (1996). *Face-to-face or monitor-to-monitor*. In *Communication World*, 13(6); ProQuest, p. 74.
Zafiu, R. (2003). *Diversitate stilistică în româna actuală*. Bucureşti: Universitatea din Bucureşti.
Wise, K.; Hamman, B.; Thorson, K. (2006). *Moderation, Response Rate, and Message Interactivity: Features of Online Communities and Their Effects on Intent to Participate*. In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, pp. 24-41.

Izvoare
http://www.espressoman.ro/
http://www.printesaurbana.ro/

BDD-A25402 © 2016 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:01:53 UTC)