ELENA UNGUREANU
Institutul de Filologie
(Chişinău)

TEXT, E-TEXT, INTERTEXT ŞI INTERNET

„Textul" este unicul mijloc de a umple *le fossé* (prăpastia – *n.n.*)
dintre lingvistică şi ştiinţele literare.
(Gertrud Gréciano)

Limbajul informaticii reprezintă astăzi, nu numai pentru limba română,
limbajul tehnic cu cea mai spectaculoasă ascensiune
şi cu cel mai puternic impact asupra limbii comune.
(Rodica Zafiu)

Internetul se caracterizează printr-o capacitate extraordinară care s-ar numi: „Nimic nu se pierde, totul se adaugă". Suprapunerea textelor, existenţa a totul şi a toate „deodată" (cum ar spune Nichita Stănescu) dau utilizatorului o stare de delir, de fascinaţie, de dorinţă de a le cunoaşte pe toate câte s-au scris despre un anumit subiect. Nu ştim dacă, într-o etică a limbajului, aceste stări nu se regăsesc la limita dintre mirare şi chiar alienare a limbajului, dar cert e că, mânuind mijloacele moderne ale informaticii, în cercetarea limbajului natural „se pot arde etapele", „se pot mânca distanţele" (Lucian Blaga) cu viteze greu de închipuit.

Internetul e un nesfârşit intertext, e o nesfârşită carte electronică. Limbajul acestei megacărţi urmează regulile sale – în el coexistă texte vechi, din epoci apuse, şi texte noi din epoci contemporane, precum şi texte care se nasc în momentul scrierii (şi rescrierii!) chiar a acestui text la calculator. Cartea electronică (*e-cartea* sau *electronic book*, *e-book*, *eBook*) este o publicaţie fără un suport fizic, propriu ea existând doar sub formă logică – gânduri într-un creier electronic. Textul cărţilor electronice, spre deosebire de textul cărţilor tipărite pe hârtie, poate fi parcurs mult mai dinamic. Datorită Internetului, lanţului de texte al acestuia, ne putem conecta la o multitudine de surse de informaţie, transformând actul lecturii într-o explorare, o navigare prin informaţii. Astfel, toate completările, notele, trimiterile dintr-o carte, informaţii ce fragmentează lectura clasică, acum sunt accesibile printr-o simplă selectare, îmbogăţind şi completând actul lecturii. Cartea nu doar că nu pare să dispară, dar se multiplică la infinit prin „editarea" sa (şi) pe suport informatic. O carte editată pe Internet are un tiraj egal cu numărul de cititori potenţiali ce o accesează.

„Cărţile electronice acoperă acelaşi spectru ca şi cărţile clasice – de la literatură la lucrări de specialitate, dicţionare, enciclopedii, periodice –, dar în funcţie de specificul conţinutului modalitatea de accesare s-a schimbat. Astfel, pentru consultarea unui dicţionar se folosesc motoare de căutare (programe software) ce returnează rezultatele căutării. Parcurgerea unei enciclopedii implică utilizarea hipertextului – prin hipertext înţelegând un ansamblu de texte şi informaţii multimedia şi legăturile între acestea. Lecturarea unei lucrări literare implică doar accesarea directă a textului" [1].

Spre deosebire de textul cărţilor în format tradiţional, pe hârtie, textul e-book-ului, cu alte cuvinte, e-textul, are deja trăsături pe care lingviştii nu ezită să le ia în discuţie. Cercetătoarea Rodica Zafiu, de exemplu, constata, încă în 2002, că „Extinderea mediilor electronice: reţeaua Internet, poşta electronică şi accesul tot mai

BDD-A6920 © 2010 Academia de Ştiinţe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.25 (2026-11-07 16:04:26 UTC)

multor persoane la ele influenţează dezvoltarea limbii contemporane nu numai prin adaptarea terminologiei specifice: situaţiile de comunicare nou apărute creează formule inedite de interferenţă între scris şi oralitate, între limbajul standard (uneori cu elemente tehnice) şi registrul familiar". „Limbajul informatic, constată cercetătoarea, apare în mai multe ipostaze. În primul rând, există un lexic de specialitate, folosit în traduceri, articole ştiinţifice, tratate, manuale; acesta este supus de obicei unor eforturi terminologice: sunt căutate echivalenţe, sunt evitate, instinctiv sau programatic, unele barbarisme; nevoia de precizie şi de transparenţă internaţională acţionează însă de obicei în sens contrar, manifestându-şi presiunea uniformizantă.

S-a dezvoltat, apoi, şi un jargon al specialiştilor, mai puţin supravegheat, de folosinţă practică, în care amestecul lingvistic e mai puternic, iar formele hibride, simţite ca atare, capătă adesea conotaţii glumeţe. În fine, există zona, tot mai mare, de pătrundere a terminologiei în limba comună, cu inevitabile imprecizii, simplificări, lărgiri de sens: pentru acest fenomen interesul lingvistic şi cel al publicului larg sunt mai mari" [2].

Fenomenul intertextului, pe lângă accepţia tradiţională[1], vizează şi numeroase aspecte legate de utilizarea şi reproducerea textelor Internetului: informare/dezinformare, triere (selectare) a informaţiei/utilizarea primei surse, drept de autor/furt al dreptului de autor etc. Astfel, de exemplu, sursa citată de noi – [2], constituind un foarte bun studiu despre noile tendinţe în limbajul contemporan, este copiat întocmai sau parţial de mai multe surse, fără a da numele autoarei.[2]

Intertextul Internetului cuprinde atât textele reproduse în variantă electronică după ce au fost publicate iniţial în format tradiţional, pe hârtie; textele tip referat, care constituie o continuă sursă de plagiere, pe de o parte, şi de creaţii ale elevilor/liceenilor/studenţilor/doctoranzilor/specialiştilor plasate pe net, pe de altă parte, cât şi conversaţiile de tip comentariu, ataşate la cele mai variate informaţii (texte scrise, imagini, video, produse publicitare etc.). Conversaţiile on-line (chat, blog, site, forum, portal, twitter etc.)[3] nu au formatul unei conversaţii reale, cotidiene, ci reprezintă o altă dimensiune, care merită toată atenţia cercetătorilor, inclusiv a lingviştilor, pentru a fi studiată cu mijloacele lingvisticii tradiţionale, dar mai ales cu mijloacele lingvisticii moderne. Din punctul de vedere al teoriei comunicării, sau al lingvisticii psihologice, în limbajul conversaţiei on-line dispar elementele paraverbale, mimica, gesturile, tonalitatea, extrem de importante în reproducerea expresivităţii limbajului natural, internauţii (un neologism creat pentru a denumi persoanele care navighează pe Internet pentru a-şi lua şi a opera cu informaţia necesară) însă recurg frecvent la serviciul „emoticoanelor", gen, şi ele o creaţie a utilizatorilor de Internet, care nu sunt altceva decât minuscule imagini sugestive (aproximativ de mărimea unei litere) care se substituie paralimbajului. Un asemenea limbaj comunicaţional, deşi se caracterizează prin numeroase avantaje (comunicare fără limite de spaţiu şi timp şi cu un număr nelimitat de persoane, studiere prin lectură continuă, perfecţionarea stilului propriei scrieri etc.), dar şi de numeroase dezavantaje (ortografiere defectuoasă a enunţurilor, limbaj extrem de abreviat, plin de ambiguităţi şi anacoluturi, proprii mai cu seamă vorbirii orale, greşeli de stil perpetuate prin imitare şi/sau ignoranţă etc.), niciodată limbajul scris n-a fost mai creativ decât acum, în epoca Internetului, când se produce o interacţionare fără limite a stilurilor de scriere. Creativitatea prin care se caracterizează limbajul textelor de pe Internet este demnă de pana scriitorilor.[4]

[1] A se vedea bibliografia consacrată.
[2] A se vedea, bunăoară, 3.
[3] Pentru unele sugestii, a se vedea 4.
[4] A se vedea, în acest sens, 2 eseuri literare excepţionale: Ioana Pârvulescu, *Computerul din om* [5] şi Umberto Eco, *Monolog interior al unui e-book* // Memoria vegetală şi alte scrieri de bibliofilie, RAO, 2008 [6].

BDD-A6920 © 2010 Academia de Ştiinţe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.25 (2026-11-07 16:04:26 UTC)

Limbajul noii generații – limbajul Internetului –, altfel spus, limbajul utilizat mai ales de tineri cu instrumentele tehnologiilor informaționale, căci la ele ne vom referi în continuare, se remarcă printr-o recurgere spontană la tot inventarul procedeelor intertextuale.

Specificitatea mediului on-line (iar natura interactivă a chaturilor şi a blogurilor – mai mult ca oricând, în comparație cu literatura propriu-zisă) constă în natura lor colaborativă, în termeni coşerieni – orientare continuă şi permanentă către altcineva, termen care, în lingvistica, actuală poartă numele de *alteritate*. Conceptele fundamentale ale teoriei coşeriene, în special cele două – **creativitatea** şi **alteritatea**, se regăsesc cu mare putere de discernământ şi în studiul limbajului, aşa cum se şi cuvine într-o teorie a lingvisticii integrale. Spre deosebire de limbajul literaturii (care este, în accepție coşeriană, „limbaj absolut", dezlegat de celelalte subiecte, deci fără dimensiunea alterității, limbajul cotidian (deci, şi conversația on-line), dimpotrivă, are dimensiunea alterității intrinsecă, fapt care îl orientează pe utilizatorul de conversație virtuală spre un alt subiect/utilizator de Internet, care practică aceeaşi modalitate de discuție on-line. Limbajul vorbit are caracter dialogic sau plurilogic. Dar acest fapt nu presupune şi ideea de comprehensiune, „comuniune", astfel încât numai rareori se întâmplă ca un conlocutor să se afle pe aceeaşi undă de „înțelegere". În textul de tip conversație pe Internet (dar totuşi scrisă, înregistrată – întrezărim aici o intersectare cu disciplina lingvistică dialectologia, prin analogie, am putea crea chiar o dihotomie: *internolect – dialect*), utilizatorul-receptor are misiunea nu doar să decodifice mesajul, ci să şi adere la el, să şi-l însuşească, să-l practice. Atât emițătorul, cât şi receptorul adaugă întotdeauna unui mesaj transmis/primit coeficientul său de înțelegere a celor exprimate. Deşi mai întotdeauna se presupune că toți conlocutorii înțeleg lucrurile despre care se comunică la fel sau aproape la fel ca eul vorbitor, în calitate de subiecți ai limbajului, căci, în accepție coşeriană, noi „nu vorbim numai cu limba, cu sistemul lingvistic, ci vorbim, în afara faptului că vorbim, şi cu tot corpul, vorbim şi cu toată cunoaşterea lucrurilor, şi cu toate ideile despre lucruri, şi cu toate imaginile pe care le avem despre lucruri, şi cu toate contextele, nu numai explicite, ci şi implicite" [7, p. 5]. Coeficientul de înțelegere a comunicării este, de regulă, determinat de impulsul de a reacționa, de a polemiza, de a câştiga teren, de a se impune. Astfel, limbajul conversațiilor on-line se caracterizează printr-o sintaxă mixtă: una, a oralității, şi alta, a limbii literare; participanții la discuție retuşează şi negociază în permanență sensurile replicilor conversaționale [8, p. 8].

În acest context, remarcăm că chatul şi blogul [9] au devenit o formă de conversație având dimensiunea creativității şi cea a alterității deosebit de dezvoltate. Mai nou, se optează pentru videochat sau videoblogging[1]. Privind lucrurile prin perspectiva analizei comportamentale, putem identifica mai multe funcții ale blogurilor pentru cei care le generează şi le întrețin: 1. *Blogul-oglindă.* Autorul scrie un blog pentru că doreşte să se exprime cât mai complet, să-şi proiecteze o „imagine interioară" cât mai fidelă personalității lui, în spațiul virtual (funcție expresivă). 2. *Blogul-viziune.* Autorul are multe cunoştințe într-un anumit domeniu şi o perspectivă personală suficient de închegată pe care doreşte să o împărtăşească şi eventual să şi convingă (funcție persuasivă). 3. *Blogul-informare.* Autorul se consideră mai bine informat sau mai capabil decât alții să facă o selecție în fluxul permanent şi redundant de informație (funcție informativă: aici, scopul personal este de a deveni lider de opinie într-un cerc mai restrâns sau mai larg). 4. *Blogul-operă personală*. Autorul doreşte să rămână „în istorie" cu ceva şi spusele lui Iorga („să laşi în urma ta o casă, un copil sau o carte") se împlinesc mai atractiv printr-un blog (funcție perenă). 5. *Blogul-rețea*. Autorul doreşte să relaționeze cu o anumită categorie de persoane: uneori

[1] Pentru o taxonomie a blogurilor a se vedea, pentru început [10], din care citățm (se va reține că funcțiile sunt lingvistice şi sociale).

BDD-A6920 © 2010 Academia de Ştiințe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.25 (2026-11-07 16:04:26 UTC)

cercul e o dublură a relațiilor din lumea reală, alteori există doar în lumea virtuală (funcție de socializare). 6. *Blogul-trend.* Autorul doreşte să se înscrie în curentul majoritar, să fie la nivelul pe care îl consideră acceptabil pentru categoria din care face parte – este valabil cu precădere în cazul adolescenților: a avea un blog era trendy, cel puțin până de curând (funcție de integrare socială). 7. *Blogul-instrument de imagine personală.* Autorul doreşte să câştige notorietate în lumea virtuală şi/sau în cea reală. Există şi situația în care autorul deja este lider de opinie, iar blogul vine ca o prelungire „obligatorie" a imaginii în lumea virtuală (funcție de notorietate). 8. *Blogul – mijloc de câştig al existenței* [10]. Sunt autorii consacrați în blogosferă, pentru care bloggingul a devenit o profesie (funcție utilitară). Un blog poate avea mai multe funcții, evident compatibile (un blog poate avea funcție de „oglindă" şi de „viziune" în acelaşi timp, de exemplu), însă de obicei predomină una dintre funcții.

Idei interesante privind diferențele şi asemănările dintre blog, twitter şi forum se pot desprinde din altă sursă [11]. Blogurile creează comunități, iar oamenii întotdeauna tind spre socializare, spre comunicare. Iată o dimensiune pe care lingvistica modernă ar trebui să o ia în discuție sub toate aspectele. Dilema dacă blogul e al unei persoane concrete sau e al cititorilor săi reprezintă şi ea o problemă de lingvistică privită din perspectiva dimensiunii alterității.

Ştiințele limbajului ar putea şi ar trebui să profite din plin de avantajele Internetului în stabilirea cu rapiditate a mostrelor de discurs repetat (proverbe, zicători, vorbe de duh, locuțiuni, cuvinte înaripate, aforisme, expresii din alte limbi), inclusiv din operele literare. Am încercat un experiment, pe care îl vom duce la capăt cu altă ocazie. Am căutat pe Google renumita frază crengiană „Nu ştiu alții cum sunt, dar eu..." şi acesta ne-a oferit în 0,06 secunde cel puțin 30 mostre de intertextualizare a frazei în cauză, întrebuințate de utilizatori simpli pe blog, site, forum etc. (de la cele mai banale până la cele mai surprinzătoare, în funcție de gradul de cultură, de context, de ingeniozitate etc.): „Nu ştiu alții cum sunt… dar eu nu-s ca alții!"; „Nu ştiu alții cum sunt, dar eu, când văd ce caută unii neni care ajung pe blogul meu, mi se umple sufletul de cele mai diverse sentimente…". Toate aceste exemple de text pot fi analizate din perspectiva intertextualității având un pronunțat efect şi impact asupra celorlalți utilizatori. Mult mai zgârcit a fost Google cu celebra frază eminesciană „Nu credeam să-nvăț a muri vrodată" – doar vreo 4 intertextualizări – ca dovadă că un text atât de elevat, profund filosofic, nu e chiar la îndemâna oricui. Privind într-un viitor nu chiar atât de îndepărtat, se poate întâmpla ca Internetul să devină mult mai generos cu astfel de experimente. „Internetul se dezvoltă în momentul de față, analizează Pierre Lévy, pe două niveluri (şi cu două viteze) diferite: 1) creație cooperativă, „colectivă", de „conținuturi ale cunoaşterii" (…), direcție aflată în plină explozie, înflorire, diversificare; 2) organizarea conținuturilor, proces mult întârziat în comparație cu primul, aflat abia la începuturi. Şi pentru care motoarele de căutare existente, în ciuda acceleratei, grăbitei, îngrijorătoarei, pentru unii, dezvoltări a deja amintitului Google, nu oferă decât o imagine rudimentară" [12]. Căutarea pe internet ar putea fi revoluționată prin folosirea unui nou sistem, concurent al lui Google, care va utiliza, spre deosebire de acesta, inteligența artificială în selectarea răspunsurilor. Wolfram Alpha (noul motor de căutare, creat de inventatorul britanic Stephen Wolfram) este considerat software-ul web care „înțelege" întrebările asemenea unui om şi va putea da răspunsuri exacte la acestea, având avantajul că poate căuta în mai multe surse veridice şi poate lega informațiile conexe de subiectul principal. Mai mult, el va furniza link-uri la pagini legate de întrebarea care i se pune. De pildă, la întrebarea „ce înălțime are muntele Everest?", Wolfram Alpha, pe lângă răspunsul exact, va putea să compare înălțimea muntelui Everest cu lungimea Podului Golden Gate, să spună cum era vremea în ziua asasinării lui J. F. Kennedy sau să afle când va fi următoarea eclipsă

BDD-A6920 © 2010 Academia de Ştiințe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.25 (2026-11-07 16:04:26 UTC)

de soare în Chicago, va oferi link-uri la pagini cu surse credibile despre geografie, oraşele din zonă, alți munți, grafice şi hărți [13].

Discursul repetat, care reprezintă o categorie fundamentală în limbajul natural, ar trebui considerat o categorie fundamentală şi a limbajului Internet, o derivată a primului. Studiul acestei categorii asistat de calculator ar fi o experiență extraordinară. În final, un citat din Ioana Pârvulescu, potrivit acestei încercări de punere a problemei: „Dacă e un soi de computer, omul e cu siguranță unul care îşi ignoră însuşirile şi virtualitățile", căci „omul nu a ajuns încă la toate performanțele semenului electronic pe care tot el l-a creat" [5, p. 5].

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Elisabeta Benyi, *Lectura între carte şi internet – Cartea electronică* // http:// www.bjmures.ro.
2. Rodica Zafiu, *Diversitate stilistică în româna actuală* // http://ebooks.unibuc.ro.
3. http://www.topcursuri.ro.
4. Elena Ungureanu, *Discursul repetat şi discursul liber din perspectivă lingvistică şi informatică: alteritate şi creativitate* // ICT + „Informational and Comunication Technologies – 2009", Ist Edition, 18-21 May 2009, Chişinau, Republic of Moldova, 2009, p. 143-146.
5. Ioana Pârvulescu, *Computerul din om* // România literară, nr. 18, 9 mai 2008, p. 5.
6. Umberto Eco, *Monolog interior al unui e-book* // *Memoria vegetală şi alte scrieri de bibliofilie*, RAO, 2008.
7. Eugeniu Coşeriu, Limbajul poetic // *Prelegeri şi conferințe*/ Anuar de lingvistică şi istorie literară, t. XXXIII, 1992–1993. Seria A. Lingvistică, Iaşi, 1994.
8. Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Sugestii pentru o pragmatică a comunicării*, Bucureşti, 1995.
9. Maria-Dana Grosseck, Adina Negru, *Chat-ul şi blog-ul – limbaje ale noii generații şi influența lor asupra comunicării.* http://www.culturasicomunicare.com.
10. Ipostaze ale blogurilor, prin prisma analizei comportamentale // http://dianacismaru .wordpress.com /2008/09/04.
11. Blog vs forum – analiza pe text // http://cosmin.oricum.ro.
12. Bogdan Ghiu, *Utopia limbii universale revine!* //http://atelier.liternet.ro.
13. http://www.unimedia.md.

SUMMARY

Internet language and computer language are experiencing nowadays the most spectacular rise and have the greatest impact on the common language. Characterized by an extraordinary capacity that could be called: "Nothing is lost, everything is added", Internet language is defined by continuous overlaps between texts, the existence of everything and all „at the same time". Electronic text (e-text) should find its place in a general theory of text, because it is also a kind of intertext, more exactly hypertext, which follows its own creative rules – in this texts coexist old, bygone era and new texts, contemporary texts and texts that are born at the moment when they are written at the computer or when read/ commented/ interpreted by another users of e-texts – all of them making up the network of the universal, dialogic text.

BDD-A6920 © 2010 Academia de Ştiințe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.25 (2026-11-07 16:04:26 UTC)