
TEORIA TEXTULUI

ELENA UNGUREANU
Institutul de Filologie
(Chișinău)

TEXT, E-TEXT, INTERTEXT ȘI INTERNET

„Textul” este unicul mijloc de a umple *le fossé* (prăpastia – *n.n.*)
dintre lingvistică și științele literare.
(Gertrud Gréciano)

Limbajul informaticii reprezintă astăzi, nu numai pentru limba română,
limbajul tehnic cu cea mai spectaculoasă ascensiune
și 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, existența a totul și a toate „deodată” (cum ar spune Nichita Stănescu) dau utilizatorului o stare de delir, de fascinație, de dorință de a le cunoaște pe toate câte s-au scris despre un anumit subiect. Nu știm dacă, într-o etică a limbajului, aceste stări nu se regăsesc la limita dintre mirare și chiar alienare a limbajului, dar cert e că, mânuind mijloacele moderne ale informaticii, în cercetarea limbajului natural „se pot arde etapele”, „se pot mânca distanțele” (Lucian Blaga) cu viteze greu de închipuit.

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

„Cărțile electronice acoperă același spectru ca și cărțile clasice – de la literatură la lucrări de specialitate, dicționare, enciclopedii, periodice –, dar în funcție de specificul conținutului modalitatea de accesare s-a schimbat. Astfel, pentru consultarea unui dicționar se folosesc motoare de căutare (programe software) ce returnează rezultatele căutării. Parcurgerea unei enciclopedii implică utilizarea hipertextului – prin hipertext înțelegând un ansamblu de texte și informații multimedia și legăturile între acestea. Lecturarea unei lucrări literare implică doar accesarea directă a textului” [1].

Spre deosebire de textul cărților în format tradițional, pe hârtie, textul e-book-ului, cu alte cuvinte, e-textul, are deja trăsături pe care lingviștii nu ezită să le ia în discuție. Cercetătoarea Rodica Zafiu, de exemplu, constata, încă în 2002, că „Extinderea mediilor electronice: rețeaua Internet, poșta electronică și accesul tot mai

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

S-a dezvoltat, apoi, și un jargon al specialiștilor, mai puțin supravegheat, de folosință practică, în care amestecul lingvistic e mai puternic, iar formele hibride, simțite ca atare, capătă adesea conotații glumețe. 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 și cel al publicului larg sunt mai mari” [2].

Fenomenul intertextului, pe lângă accepția tradițională¹, vizează și numeroase aspecte legate de utilizarea și reproducerea textelor Internetului: informare/dezinformare, triere (selectare) a informației/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 tendințe în limbajul contemporan, este copiat întocmai sau parțial de mai multe surse, fără a da numele autoarei.²

Intertextul Internetului cuprinde atât textele reproduse în variantă electronică după ce au fost publicate inițial în format tradițional, pe hârtie; textele tip referat, care constituie o continuă sursă de plagiere, pe de o parte, și de creații ale elevilor/liceenilor/studentilor/doctoranzilor/specialiștilor plasate pe net, pe de altă parte, cât și conversațiile de tip comentariu, atașate la cele mai variate informații (texte scrise, imagini, video, produse publicitare etc.). Conversațiile on-line (chat, blog, site, forum, portal, twitter etc.)³ nu au formatul unei conversații reale, cotidiene, ci reprezintă o altă dimensiune, care merită toată atenția cercetătorilor, inclusiv a lingviștilor, pentru a fi studiată cu mijloacele lingvisticii tradiționale, dar mai ales cu mijloacele lingvisticii moderne. Din punctul de vedere al teoriei comunicării, sau al lingvisticii psihologice, în limbajul conversației on-line dispar elementele paraverbale, mimica, gesturile, tonalitatea, extrem de importante în reproducerea expresivității limbajului natural, internauții (un neologism creat pentru a denumi persoanele care navighează pe Internet pentru a-și lua și a opera cu informația necesară) însă recurg frecvent la serviciul „emoticoanelor”, gen, și ele o creație a utilizatorilor de Internet, care nu sunt altceva decât minuscule imagini sugestive (aproximativ de mărimea unei litere) care se substituie paralimbajului. Un asemenea limbaj comunicațional, deși se caracterizează prin numeroase avantaje (comunicare fără limite de spațiu și timp și cu un număr nelimitat de persoane, studiere prin lectură continuă, perfecționarea stilului propriei scrieri etc.), dar și de numeroase dezavantaje (ortografiere defectuoasă a enunțurilor, limbaj extrem de abreviat, plin de ambiguități și anacoluturi, proprii mai cu seamă vorbirii orale, greșeli de stil perpetuate prin imitare și/sau ignoranță etc.), niciodată limbajul scris n-a fost mai creativ decât acum, în epoca Internetului, când se produce o interacționare 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 excepționale: Ioana Pârvulescu, *Computerul din om* [5] și Umberto Eco, *Monolog interior al unui e-book // Memoria vegetală și alte scrieri de bibliofilie*, RAO, 2008 [6].

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 procedeelelor intertextuale.

Specificitatea mediului on-line (iar natura interactivă a chaturilor și a blogurilor – mai mult ca oricând, în comparație cu literatura propriu-zisă) constă în natura lor colaborativă, în termeni coșerieni – orientare continuă și permanentă către altcineva, termen care, în lingvistica, actuală poartă numele de *alteritate*. Conceptele fundamentale ale teoriei coșeriene, în special cele două – **creativitatea** și **alteritatea**, se regăsesc cu mare putere de discernământ și în studiul limbajului, așa cum se și cuvine într-o teorie a lingvisticii integrale. Spre deosebire de limbajul literaturii (care este, în accepție coșeriană, „limbaj absolut”, dezlegat de celelalte subiecte, deci fără dimensiunea alterității, limbajul cotidian (deci, și 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 aceeași modalitate de discuție on-line. Limbajul vorbit are caracter dialogic sau plurilogic. Dar acest fapt nu presupune și ideea de comprehensiune, „comuniune”, astfel încât numai rareori se întâmplă ca un conlocutor să se afle pe aceeași undă de „înțelegere”. În textul de tip conversație pe Internet (dar totuși 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 și adere la el, să și-l însușească, să-l practice. Atât emițătorul, cât și receptorul adaugă întotdeauna unui mesaj transmis/primit coeficientul său de înțelegere a celor exprimate. Deși 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 coșeriană, noi „nu vorbim numai cu limba, cu sistemul lingvistic, ci vorbim, în afara faptului că vorbim, și cu tot corpul, vorbim și cu toată cunoașterea lucrurilor, și cu toate ideile despre lucruri, și cu toate imaginile pe care le avem despre lucruri, și cu toate contextele, nu numai explicite, ci și implicite” [7, p. 5]. Coeficientul de înțelegere a comunicării este, de regulă, determinat de impulsul de a reacționa, de a polemiza, de a câștiga teren, de a se impune. Astfel, limbajul conversațiilor on-line se caracterizează printr-o sintaxă mixtă: una, a oralității, și alta, a limbii literare; participanții la discuție retușează și negociază în permanență sensurile replicilor conversaționale [8, p. 8].

În acest context, remarcăm că chatul și blogul [9] au devenit o formă de conversație având dimensiunea creativității și cea a alterității deosebit de dezvoltate. Mai nou, se optează pentru videochat sau videoblogging¹. Privind lucrurile prin perspectiva analizei comportamentale, putem identifica mai multe funcții ale blogurilor pentru cei care le generează și le întrețin: 1. *Blogul-oglină*. Autorul scrie un blog pentru că dorește să se exprime cât mai complet, să-și proiecteze o „ imagine interioară ” cât mai fidelă personalității lui, în spațiul virtual (funcție expresivă). 2. *Blogul-viziune*. Autorul are multe cunoștințe într-un anumit domeniu și o perspectivă personală suficient de încheată pe care dorește să o împărtășească și eventual să și convingă (funcție persuasivă). 3. *Blogul-informare*. Autorul se consideră mai bine informat sau mai capabil decât alții să facă o selecție în fluxul permanent și 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 dorește să rămână „în istorie” cu ceva și spusele lui Iorga („să lași în urma ta o casă, un copil sau o carte”) se împlinesc mai atractiv printr-un blog (funcție perenă). 5. *Blogul-rețea*. Autorul dorește să relaționeze cu o anumită categorie de persoane: uneori

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

cercul e o dublură a relațiilor din lumea reală, alteori există doar în lumea virtuală (funcție de socializare). 6. *Blogul-trend*. Autorul dorește 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 dorește să câștige notorietate în lumea virtuală și/sau în cea reală. Există și 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 câștig 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 „oglină” și de „viziune” în același timp, de exemplu), însă de obicei predomină una dintre funcții.

Idei interesante privind diferențele și asemănările dintre blog, twitter și 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 și ea o problemă de lingvistică privită din perspectiva dimensiunii alterității.

Științele limbajului ar putea și 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 știu alții cum sunt, dar eu...” și 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 știu alții cum sunt... dar eu nu-s ca alții!”; „Nu știu 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 și 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 (și cu două viteze) diferite: 1) creație cooperativă, „colectivă”, de „conținuturi ale cunoașterii” (...), direcție aflată în plină explozie, înflorire, diversificare; 2) organizarea conținuturilor, proces mult întârziat în comparație cu primul, aflat abia la începuturi. Și 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 și va putea da răspunsuri exacte la acestea, având avantajul că poate căuta în mai multe surse veridice și 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

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

Discursul repetat, care reprezintă o categorie fundamentală în limbajul natural, ar trebui considerat o categorie fundamentală și 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 își ignoră însușirile și 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 și 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 și discursul liber din perspectivă lingvistică și informatică: alteritate și creativitate* // ICT + „Informational and Communication Technologies – 2009”, Ist Edition, 18-21 May 2009, Chișinău, 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 și alte scrieri de bibliofilie*, RAO, 2008.
7. Eugeniu Coșeriu, *Limbajul poetic* // *Prelegeri și conferințe*/ Anuar de lingvistică și istorie literară, t. XXXIII, 1992–1993. Seria A. Lingvistică, Iași, 1994.
8. Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Sugestii pentru o pragmatică a comunicării*, București, 1995.
9. Maria-Dana Grosseck, Adina Negru, *Chat-ul și blog-ul – limbaje ale noii generații și 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.