

DOI: 10.17234/SRAZ.66.21

UDK: 316.772:004

Professional paper

Primit la 1 mai 2020

Acceptat pentru publicare la 18 octombrie 2021

Modalități de contextualizare în comunicarea mediată de calculator

Alexandra-Monica Toma

Universitatea "Dunărea de Jos" din Galați

monica.toma@ugal.ro

Particularitățile cyberspațiului și restricțiile temporale și spațiale pe care le presupune au dus la dezvoltarea unor modalități de contextualizare a comunicării care sunt specifice lumii virtuale. Caracterul lacunar al comunicării mediate de calculator este completat de convenții menite să redea contextul sociologic, psihologic și lingvistic, compensând astfel lipsa limbajului nonverbal și paraverbal și ambiguitatea situațiilor de comunicare. Aceste convenții combină mijloace de expresivitate lingvistică și imagistică și provoacă internauții să-și manifeste creativitatea, pentru a-și clarifica intențiile conversaționale.

Această lucrare prezintă o perspectivă pragmatică și se concentrează pe elementele care compun contextul comunicării mediate de calculator (așa cum se manifestă aceasta în mesageria instantanee), referindu-se la modul cum sunt redefinite convențiile lingvistice, cât și la rolul emoji-urilor, gif-urilor și memelor în acest sens. Analiza abordează metodele de marcare a afectivității și mărcile pragmatice specifice comunicării mediate de calculator. În aceea ce privește emoji-urile, gif-urile și memele, lucrarea evidențiază atât forța lor ilocuționară, calitatea de acte de vorbire, cât și modul cum interpretarea imaginii poate duce la renegocierea sensurilor.

Cuvinte cheie : comunicare mediată de calculator, context, proprietăți mediate de calculator, emoji-uri, acte de vorbire

Această lucrare este scrisă din perspectivă pragmatică și pornește de la ipoteza că există o diferență semnificativă între contextul comunicării față în față și cel al comunicării mediate de calculator, care generează noi tipare de interacțiune și noi modalități de expresivitate. În lipsa contextului situațional real, fără ca interlocutorii să se poată privi și să poată folosi elementele nonverbale și paraverbale, cuvintele, rămase să recompună universul, sunt completate de limbajul specific comunicării mediate de calculator (convenții lingvistice, emoji-uri, gif-uri, meme), care este în continuă evoluție și folosește imaginea în diferite forme, pentru a clarifica și modela.

Menționăm că, având în vedere evoluția fulminantă a mediului electronic, termenul de comunicare mediată de calculator este folosit convențional, implicând

orice formă de comunicare desfășurată în spațiul virtual. Mai mult, pentru o mai bună ancorare terminologică, vom folosi termenii de *context real* și *context virtual* pentru a marca diferența dintre cele două medii de comunicare, fără a considera că aceste concepte sunt dihotomice, ci, mai degrabă, înrudite, marcând existența sau absența unei interfețe virtuale între participanții la comunicare. Pornim de la premisa unei coliziuni între două tendințe opuse în definirea contextului, așa cum menționează și Yus (2011: 292), care implică faptul că interacțiunile și comunitățile „reale” trec printr-un proces de virtualizare prin pierderea ancorării fizice, în timp ce interacțiunile și comunitățile „virtuale” parcurg o evoluție paralelă spre materializare și fizicalizare.

Ambele tipuri de context pot fi descompuse într-o componentă lingvistică, una psihologică și una socioculturală (Levinson 1983: 5). Totuși, considerăm că trăsătura distinctivă a contextului virtual constă în ceea ce Crystal (2004: 48) numea, încă din 2004, „*electronically mediated properties*” (proprietăți mediate de calculator), care evoluează constant pentru a îmbunătăți înțelegerea mesajelor scrise. Ținând cont de această transformare continuă, alimentată de nevoia de a dezambigua și de a nuanța comunicarea mediată de calculator, aceste proprietăți devin un fel de instrumente de imersiune în mediul virtual.

Prezentarea contextului virtual, în cazul lucrării de față, se bazează pe un corpus compus din conversații formale și informale purtate prin mesageria instantanee, o formă de comunicare mediată pe calculator care a pornit de la aspirația de a reproduce interacțiunea față în față în mediul online și care a evoluat atât de mult încât a devenit o categorie de sine stătătoare a interacțiunii virtuale. Astfel, în august 2019, au fost urmărite, pe parcursul a 10 zile, 2 grupuri de discuții (unul pe teme profesionale, cu 5 participanți, altul folosit de către 20 de studenți) și 3 conversații private (una purtată între colegi de muncă, iar celelalte două între prieteni, unul dintre interlocutori fiind comun) desfășurate pe aplicația Whatsapp.

Sintetizând motivele definirii unor convenții lingvistice specifice limbajului comunicării mediate de calculator în baza corpusului, se constată că acestea se referă fie la legea minimului efort (dorința de simplificare a limbajului, pentru a scurta timpul de tastare), fie la necesitatea contextualizării (situațională, emoțională), care se materializează deseori prin anumite artificii stilistice, un fel de „tropi virtuali”, și la dorința utilizatorilor de a-și manifesta inventivitatea, de a personaliza cyberspațiul altfel rece și inexpressiv.

Modalitățile de contextualizare a comunicării mediate de calculator utilizate în mesajele analizate pot fi grupate în două categorii: folosirea creativă (și deseori iterativă) a mijloacelor lingvistice pentru adaptarea la mediul virtual și pentru redarea contextului și utilizarea convențiilor extralingvistice tipice mediului electronic, cu forță pragmatică, bazate pe relația dintre text și imagine. Din prima categorie fac parte, așa cum rezultă și din analiza corpusului: semnele de punctuație folosite în exces, punctele de suspensie, semnele de exclamație, semnul întrebării etc., folosirea diminutivelor pentru a exprima atât statutul (*miculetz*, *poopik*), repetarea literelor pentru a accentua entuziasmul, indignarea și alte stări afective, folosirea majusculilor, echivalente cu un strigăt etc., în timp ce a doua se referă mai ales la emoji-uri, gif-uri și meme.

În ceea ce privește prima categorie, s-au făcut multe observații legate de schimbările limbii (la nivelul punctuației și al ortografiei, în plan morfologic și sintactic, prin abrevieri și acronime) în situații de interacțiune online (Zafiu 2001; Necula 2009), care reprezintă elemente importante ale componentei lingvistice a contextului virtual, conținând și indicii privind componenta psihologică (arată starea psihologică a internautului) și aspectele socioculturale. Acestea codează o anumită percepție asupra gradului de formalitate a conversației și modelează relația socială.

Totuși, aspectul asupra căruia ne vom opri se referă la transformarea anumitor abrevieri des întâlnite în mediul virtual în mărci pragmatice. În corpus, am identificat două astfel de situații: o marcă pragmatică de preluarea replicii (lol) și alta care indică schimbarea subiectului (btw). Deși *lol* se referea inițial la o reacție (un râs în hohote), această prescurtare s-a golit treptat de conținutul emoțional, marcând pur și simplu preluarea replicii, așa cum reiese și din conversația redată mai jos. În manieră similară, *btw* își modifică sensul, ajungând să arate o dorință a locutorului de a schimba subiectul, tendință în opoziție cu sensul de bază.

U1: *ador fontul asta pe care il folosesti, btw*

U2: *lol, ms gmail merge incet*

U1: *lol, stiu*

U2: *acum ti-am trimis un email*

U1: *lol, vad*

U2: *care i treaba?*

U1: *lol, tre sa scriu o lucrare de 10 pag*

Proprietățile mediate electronic sunt menite să recompună verosimil contextul comunicării, în așa fel încât să poată exprima o parte din nuanțele celui real. În acest punct, vom prelua asocierea pe care Maiz o face între actele de vorbire și tipurile de interacțiune între text și imagine (Maiz 2014: 4), simplificând-o prin descrierea a trei categorii distincte: simetria dintre text și imagine (atunci când forța ilocuționară a textului și cea a imaginii coincid, imaginea fiind o formă de dublare a mesajului), relația de amplificare (atunci când imaginea amplifică mesajul textual, adăugând sensuri suplimentare celor rezultate din acesta) și contradicția (atunci când forța ilocuționară exprimată de partea textuală a mesajului este în discrepanță cu imaginea, ceea ce poate exprima mesajul opus - ironii și glume) (Maiz 2014: 12). Corpusul de mesagerie instantanee conține exemple care susține toate aceste tipuri de interacțiune, o pondere mai mare având relația de amplificare între imagine și text.

Niște componente esențiale ale contextului virtual, remarcabile prin evoluția lor fulminantă, sunt așa-numitele emoji. Dacă la început reprezentau doar o serie complexă de strategii ortografice proiectate pentru a compensa lipsa intonației și indicilor nonverbale, în prezent acestea nu se mai limitează la expresii faciale care descriu starea emoțională a emițătorului. Există multe pictograme care nu pot fi asociate explicit unei emoții, ci exprimă mai degrabă atitudini, intenții, cum ar fi cele care indică ironia, complicitatea etc. Golirea de conținutul emoțional are drept consecință transformarea acestor emoji în acte de vorbire cu forță ilocuționară.

Mai mult, este de remarcat că, în timp ce expresiile faciale sunt, de cele mai multe ori, involuntare, emoji-urile sunt semne folosite intenționat, pentru a modela relația socială și a clarifica textul (Derks 2007: 848), făcând parte din strategiile sociale de construire a imaginii publice. Această distincție presupune că emoji-urile pot fi folosite mai ușor pentru a disimula decât reacțiile naturale din comunicarea față în față. Emoji-urile se caracterizează, conform literaturii de specialitate, prin: iconicitate (Yus 2014: 4), variabilitate în funcție de interfață, dependență de contextul textual și social și caracterul informal al acestora (Derks 2007: 844).

Prin urmare, considerăm emoji-urile a fi un set de semne specifice comunicării mediate de calculator, folosite pentru completa și modela informația textuală în concordanță cu intențiile conversaționale ale utilizatorului. În acest sens, emoji-urile au rol dezambiguizator și fac parte din mesajul transmis, realizând o gamă bogată de funcții pragmatice (Crystal 2010: 135, Vandergriff 2013: 1). Astfel, cercetătorii au pus în discuție următoarele roluri: amplificatori ai raporturilor sociale, expresii ale politetiei, strategii de protejare a imaginii publice (Golato/Teleghani-Nikazm 2006: 310) sau mărci ale forței ilocuționare (Dresner/Herring 2010: 16).

Cea mai nuanțată taxonomie a funcțiilor pe care le pot avea emoji-urile este prezentată de Yus (2014), aceasta pornind de la un simplu comportament nonverbal (emoji-ul care reprezintă căscatul) și analizând detaliat posibilele intenții ale locutorului, precum și efectele pe care le pot avea asupra interlocutorului. Preluând cele 8 funcții identificate de studiu (care, în esență, se înscriu într-una dintre cele trei relații dintre text și imagine: simetrie, amplificare și contradicție) și analizând corpusul de mesagerie instantanee, rezultă că cel mai des întâlnite funcții sunt: clarificarea atitudinii care însoțește enunțul ("am aflat că s-a amânat ☹"), redarea intensității ("mor de râs [râs cu lacrimi]"), contrazicerea conținutului explicit al enunțului, cu intenție ironică ("nu știam că esti așa destept:))) te puuuup") și întărirea forței ilocuționare a unui act de vorbire ([Știi tu ce să faci [face cu ochiul]).

Din analiza corpusului, reiese de asemenea că, în folosirea emoji-urilor, se remarcă un fenomen de comuniune fatică, care face ca același utilizator să își schimbe tiparele de folosire a emoji-urilor în funcție de interlocutor. Ținând cont că au fost urmărite conversații cu un interlocutor comun, s-a putut observa că, în ciuda faptului că ambele discuții erau informale, acesta a folosit o cantitate diferită de emoji-uri, ca răspuns la tiparele de interacțiune virtuală ale colocutorului. Prin urmare, dincolo de reconfirmarea ideii că emoji-urile sunt percepute ca fiind mărci ale conversațiilor informale, se remarcă un fenomen de adaptare fatică prin numărul de emoji-uri folosite, ca formă de empatie, dar și ca strategie de politețe pozitivă.

În urma analizei corpusului, s-a constatat și un fenomen de creștere treptată a folosirii emoji-urilor, pentru a marca un grad superior al intensității emoționale. Această acumulare de emoji-uri, menită să indice o gradație emoțională, duce, pe parcursul conversației, la o devalorizare, cum ar cazul acelor emoji care exprimă râsul cu lacrimi, aplauzele și îmbrățișările. Această tendință a fost observată cu

precădere în cazul grupurilor de discuții, unde numărul mai mare de participanți la conversație modifică tiparul interacțional al interlocutorilor.

Din punct de vedere pragmatic, gif-urile pot îndeplini aceleași funcții ca și emoji-urile. Componenta dinamică a gif-urilor include și un factor temporal, iar repetarea frenetică a scurtei scene exclude sentimentul perfecțiunii, al finalității și al caducității din actul comunicării (Veszelszki 2015: 144). Un element specific gif-urilor este intertextualitatea, acestea fiind o formă de citare (cu sau fără un text propriu-zis), care adaugă noi valențe mesajului scris. Se poate spune că, în cazul utilizării gif-urilor, interacționează mai multe planuri: planul discursului internautului, planul situației citate și planul textului care interpretează gif-ul (opțional), toate contribuind la definirea conținutului.

În corpusul studiat, se folosesc doar 5 gif-uri, neînsoțite de text, cu următoarele funcții: descrierea plastică a acțiunii (relație de simetrie), situație întâlnită în cadrul grupului de discuții dintre studenți, exprimarea reacției emoționale la conversație (relație de amplificare), întâlnită în cazul conversației între prieteni, și formularea unei invitații (în acest ultim caz manifestându-se clar forța ilocuționară), folosită tot în mesajele transmise între studenți. Faptul că gif-urile nu apar în conversațiile dintre colegii de serviciu poate indica că, asemenea emoji-urilor, sunt considerate a fi oportune în conversațiile informale. Totuși, această concluzie ar trebui analizată ulterior, folosind un corpus mai mare.

Memele reprezintă o idee, de obicei hazlie, materializată într-o imagine, un clip sau un text și sunt relevante în contextul acestei lucrări pentru că reprezintă o convenție de comunicare des întâlnită în mediul virtual. Acestea pot fi considerate o modalitate vizuală folosită pentru a comunica succint opinii și emoții. Potrivit lui Shifman, memele trebuie analizate în grupuri (*Scumbag Black Man, Disaster Girl*) și o mare parte din succesul acestora („viralitatea” și „memeticitatea”) poate fi atribuit măsurii în care acestea sunt rescrise, recreate și reinterpretate de către membrii comunității virtuale (2014: 115). Printre factorii de succes identificați de către Shifman se numără umorul, simplitatea și potențialul cooperativ (2014: 150).

În corpusul studiat, apar două meme, amândouă folosite în grupul de discuții purtate între studenți: prima folosită ca promisiune (seria *Game of Thrones*) și a doua folosită drept invitație (seria *Nick Cage*), care înlocuiesc efectiv textul și fac, în același timp, conversația mai amuzantă. Se remarcă că, în ambele cazuri, memele sunt utilizate ca acte de vorbire cu forță ilocuționară. Apariția lor în grupul de whatsapp al studenților indică și faptul că aceștia pot întrebuița și decoda cu ușurință aceste referințe intertextuale, intuind funcțiile pragmatice pe care le pot îndeplini.

În concluzie, conversațiile desfășurate în cyberspațiu adaptează contextul la restricțiile mediului virtual. Elementele care contextualizează comunicarea mediată de calculator implică fie mijloace lingvistice, fie construirea sensului cu ajutorul proprietăților mediate de calculator. Astfel, conversațiile virtuale devin mai nuanțate, redând încărcătura emoțională a interlocutorilor, iar imersiunea utilizatorilor în mediul electronic este mai profundă. Mai mult, pragmatica comunicării față în față este redefinită prin conturarea unor mărci pragmatice specifice cyberspațiului. Emoji-urile, gif-urile și memele sunt instrumentele

principale care combină textul și imaginea și aduc, fiecare, propria expresivitate, fiind folosite deseori ca acte de vorbire cu forță ilocuționară.

Bibliografie:

- Crystal, David (2004). *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Derks, Daantje, Agneta E.R. Bos, von Grumbkow, Jasper (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context, în *Computers in Human Behavior*, 23 (1), pp. 842 – 849.
- Dresner, Eli, Herring, Susan (2010). Functions of the Nonverbal in CMC: Emotions and Illocutionary Force, în *Communication Theory*, 20 (3), pp. 249-268..
- Golato, Andrea, Taleghani-Nikazm, Carmen (2006). Negotiation of face in web chats, în *Multlingua Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*, nr. 25, III, 293-321.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maíz-Arévalo, Carmen (2014). *A pragmatic and multimodal analysis of emoticons and gender in social networks*, <https://www.researchgate.net/publication/261340449_A_pragmatic_and_multimodal_analysis_of_emoticons_and_gender_in_social_networks> (15/02/2020).
- Necula, Gina-Aurora (2009). *Utilizări aberante ale semnelor de punctuație și ortografie în comunicarea pe internet*, <<http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/V374/pdf>>(29/04/2020).
- Shifman, Limor (2014). *Memes in digital culture*, Massachusetts: MIT Press.
- Vandergriff, Ilona (2013). Emotive communication online: A contextual analysis of computer-mediated communication (CMC) cues, în *Journal of Pragmatics*, volum 15, paginile 1-12.
- Veszelszki, Agnes (2015). Emoticons vs. Reaction-Gifs Non-verbal Communication on the Internet from the Aspects of Visuality, Verbality and Time, în *Beyond Words. Pictures, Parables, Paradoxes* (ed. Andras Benedek & Kristof Nyiri), Frankfurt: Peter Lang, pp. 131 – 145.
- Yus, Francisco (2011). *Cyberpragmatics. Internet-Mediated Communication in Context*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Yus, Francisco (2014). Not All Emoticons Are Created Equal, în *Linguagem em Discurso*, 14 (3), pp. 511-529.
- Zafiu, Rodica (2001). *Diversitate stilistică în româna actuală*, București: Editura Universității București.

Context in computer-mediated communication

The unique features of cyberspace and its time and space constraints led to the development of new ways to build context, adapted to the virtual environment. The gaps in computer-mediated communication are filled in by conventions aiming to describe sociologic, psychological and linguistic cues, thus compensating the lack of nonverbal and paraverbal language and the ambiguity of communication. This paper proposes a pragmatic approach and focuses on the core elements that compose computer-mediated communication context, which either reassess and change language to fit the medium, or choose to express meaning by using both text and image to code conversational implicatures.

The corpus of this paper is made of instant messaging texts, which are the closest to face-to-face communication. In terms of linguistic conventions, the conversations reveal how certain abbreviations take on new meaning, becoming pragmatic markers (such as lol and btw). The analysis of the corpus also confirms the assumption that there are three basic types of relation between text and image: symmetry, amplification and contradiction, which are materialized through the use of emojis, gifs and memes. Moreover, as far as such electronically-mediated properties are concerned, the analysis shows how they are often employed as speech acts and tackles some of their pragmatic functions. Two key phenomena stand out when analysing emoji patterns: phatic mirroring and emoji inflation. Another finding is that emoji use is highly dependent on cultural background, as shown by comparing the frequency of certain emojis in different cultures (Chinese and Romanian).

Consequently, computer-mediated context consists of linguistic conventions and electronically-mediated properties (emojis, gifs, memes) which use the relation between text and image in order to clarify and shape meaning. The pragmatics of the environment evolves and expands, by using abbreviations as pragmatic markers, and emoji, gifs and memes as speech acts.

Keywords: computer-mediated communication, electronically-mediated properties, context, emojis, speech acts

