SAECULUM
Vol. 54, nr. 2, 2022, pp. 69 - 75
Online ISSN 2601-1182

COMUNICAREA ONLINE. DE LA AVANTAJE LA ȘCOALA ONLINE

IOANA-NARCISA CREȚU
Universitatea „Lucian Blaga" din Sibiu
ioana.cretu@ulbsibiu.ro

DOI: 10.2478/saec-2022-0018

Title: "Online Communication. From Advantages to Online School"

Abstract: Online communication remains today predominant in influencing members of society through the use of new technical ways of communication. Traditional communication is thus being replaced by new ways. The media plays a huge role in disseminating information. According to Trappel, online media is a stand-alone genre. They meet first of all the defining characteristics of the media: they are public (they can be accessed by anyone), they are technically transmitted, they are addressed to a wide audience, they are characterized by periodicity and they relate to reality. On top of that, online media also have their own characteristics: they are multimedia (exceeding the limits imposed on print or classic media), they are digital (and therefore can be processed and dispersed) and they are interactive (they allow direct feedback). Especially the hypermedia possibilities of the internet bring an enormous flexibility in the creation and transmission of information. The period marked by the pandemic brought online communication to its peak. However the online press must maintain a vital role in raising awareness of the masses in order to counteract the harmful effects of communication manipulation. The benefits of online communication must lead to an increase in the level of training of users, both in terms of media education and in terms of online education. Certainly, the online school will remain in the future, not only as an alternative, but also as an independent component of education.

Keywords: *media; online communication; hypertext; education; homeschooling;*

1. Studiul comunicării

Cercetările arată că funcţiile şi formele comunicării au fost cercetate la mijloacele tradiţionale de comunicare și abia în ultimii ani la formele moderne de comunicare. Se observă că în comunicarea online aspectul scris este puternic influenţat de limba vorbită, deoarece noile mijloace de comunicare nu au de cele mai multe ori nici un caracter pur oral, dar nici caracter scris în sens clasic. Dialogurile scrise online se fac în lumea întreagă, într-o manieră hibridă, care se apropie de bilingvism. Asemenea dialoguri se bazează pe o sintaxă, o semantică şi o pragmatică colocvială. Cele mai multe cercetări făcute asupra acestor aspecte vizează limba

engleză. Naomi Baron (2000:187) arată, cu privire la limba engleză, că textele din anii 80 sunt scurte şi au o aşa-numită punctuaţie uşoară (*light puntuation*). Ea se opreşte mai ales asupra emailurilor despre care apreciază că au un „e-stil", deoarece sunt în parte texte scrise şi în parte texte orale, asemenea unei combinaţii de patchwork, ce nu este un text strict individual. Acest lucru apropie aceste texte de altele ce au tot un caracter oral, cum sunt cele din audio-vizual, textele de la televiziune, de exemplu.

2. Caracteristicile mijloacelor moderne

Noile mijloace de comunicare se caracterizează nu numai prin oralitate şi scripturalitate, ci şi prin verbalitate şi nonverbalitate. Mai mult decât la o convorbire telefonică sau la o scrisoare lipseşte în comunicarea scrisă mediată de computer nu numai semnalul optic sau acustic, ci şi cele ce ţin de comunicarea personală nonverbală (Schmitz 1995:cap.11). Aşa s-au dezvoltat de la începutul anilor 80 logo-uri personalizate numite *smileys*, semnele paralingvistice ce marchează tipografic reprezentara semnalelor nonverbale. Cu aşa-numitele „emoticons" sunt reprezentate iconic înfăţişarea, comportamentul, atitudinea, aprecierea personală şi emoţiile. Acestea se folosesc mai ales în chat-ul pe internet, dar şi în textele SMS sau la emailuri. Aşa semnifică „:-("- care se citeşte întors la 90 de grade - „trist"☹. Kallmeyer (2000:295) este de părere că acest aspect este important în comunicarea pe internet a tinerilor, tocmai fiindcă permite o mai mare libertate a stilului.

Comunicarea tradiţională este astfel înlocuită de noi modalităţi. După Baron (2000:9) şi Sverinson (1994:197) acest lucru se explică prin faptul că noile modalităţi, aşa cum este şi poşta electronică, oferă o serie de caracteristici care le deosebestc de comunicarea scrisă: este mai impersonală şi mai puţin insistentă decât un telefon sau o scrisoare, la care se adaugă faptul că este o comunicare mai ieftină sau chiar gratuită. Anonimitatea este valabilă şi pentru chat. Asemenea modalităţi de comunicare reflectă atât convenţii culturale ca şi caracteristici ale sistemului folosit. Dar şi schimbarea etichetei sociale printr-o atitudine mai puţin rigidă faţă de ortografie. În comunicarea modernă prin poşta electronică informaţia trimisă nu mai este de multe ori corectată. După Schütte (2000:149) caracterul public al comunicării prin mass-media implică un amestec de domenii de viaţă şi de stiluri: prezentarea publică a sferei private şi stilizarea „privată", personală a autoprezentării publice. Este cazul felului în care se prezintă oamenii simpli, dar mai ales persoanele publice pe diverse canale online: b/vlog-uri, facebook, twitter, instagram etc, fiecare în funcție de vârstă și de publicul cu care interacționează.

La aceasta se adaugă faptul că noile modalităţi tehnice intervin mult mai radical în condiţiile de comunicare, prin faptul că integrarea multimedială se poate face prin aproate toate canalele semiotice. Unele dintre formele din mass-media clasică cum este presa, reclama sau audio-vizualul inclină să integreze tot mai mult textul în imagine, până când textul joacă numai un rol secundar.

3. Structura de hipertext

Hipertextul reprezintă un gen de text complet nou şi dependent de computer prin care informaţiile sunt prezentate pe mai multe nivele şi de cele mai multe ori multimedial. Gerd Fritz este de părere că literatura cu privire la hipertext a fost scrisă până de curând numai de specialişti în computere şi nu şi de lingvişti. El arată că hipertextele pot fi definite ca texte ce sunt compuse de elemente textuale de tip T1...Tn, care sunt propoziţii sau fragmente de propoziţii şi care sunt folosite pentru a genera o secvenţă de acte lingvistice. Acea secvenţă care este produsă, în timp ce se navighează pe internet se numeşte „path" (cale, drum). Asemenea secvenţe pot fi generate în două feluri diferite: fie sunt predefinite, fie sunt alese. Căile predefinite se aseamănă cu textul liniar. Posibilitatea de a alege din mai multe alternative, aminteşte de activitatea vorbitorilor în cadrul unui dialog. Cititorul poate şi trebuie să-şi aleagă propriul drum din oferta semiotică.

Printre caracteristicile de bază ale hipertextelor se numără următoarele însuşiri (Storrer, 2000:227): hipertextul nu este organizat liniar, hipertextul permite codarea multiplă a datelor în diferite sisteme de simboluri şi transmiterea lor pe mai multe canale, aceste texte sunt texte administrate de computer. Ele compensează pe de o parte prin interactivitate şi prin funcţii de comunicare dezavantaje pe care le au textele încheiate, fixate în scris faţă de discurs. Pe de altă parte, însă, tocmai împletirea specifică între text, imagine, sonor şi film, modul nonliniar de citit şi scris, eliminarea limitelor unui text fizic palpabil, schimbarea rapidă a rolurilor între producători şi receptori fac ca reprezentarea calsică a textului să se schimbe şi conduc la întrebarea dacă asemenea construcţii mai sunt obiectul de studiu al lingvisticii textului. Angelika Storrer (2000:231) este de părere că da, deoarece hipertextul poate fi văzut ca ceva „mai mult decât un text", „ceva ce nu este încă un text", ca „un text interactiv" sau „un text în mişcare". Pentru ziarele on-line se potriveşte cel mai bine denumirea de „text în mişcare", deoarece actualitatea reprezintă caracteristica centrală, în timp ce interactivitatea susţine receptarea parţială şi selectivă a textului, căci receptarea unui text pe monitorul unui calculator este mult mai lentă şi mai obositoare decât pe hârtie.

În concluzie se poate spune că sisteme de hipertexte permit ordonarea conţinutului din mai multe puncte de vedere eligibile, în timp ce secvenţa, ierarhia şi reţeaua pot fi combinate oricum. Responsabilitatea privind sensul este transferată utilizatorului.

4. Mass-media on-line

Noile medii aduc cu sine noi genuri de text şi le înlătură pe cele deja existente. După Trappel (2001:228) mediile on-line reprezintă un gen de sine stătător. Ele îndeplinesc în primul rând caracteristicle definitorii ale mass-media: sunt publice (pot fi accesate de oricine), sunt transmise tehnic, se adresează unui public larg, se caracterizează prin periodicitate şi se raportează la realitate. Mediile on-line mai au pe deasupra şi caracteristici proprii: sunt multimediale (depăşesc limitele impu-

se mijloacelor tipărite sau celor clasice), sunt digitale (şi de aceea pot fi prelucrate şi dispersate) şi sunt interactive (permit un *feed-back* direct). Mai ales posibilităţile hipermediale ale internetului aduc o flexibilitate enormă în creare şi transmiterea informaţiilor.

Presa online ţine de un mijloc de creaţie şi distribuţie ca şi cartea, revista, transmiterea pe calea undelor sau la televizor, pagina web sau CD-ROM-ul. Ca mijloc nou de comunicare ziarele online au apărut în 1993, când editurile de ziare americane s-au angajat on-line, în timp ce majoritatea apariţiilor europene de ziare on-line a apărut în 1996. Orice editor serios nu-şi mai poate permite azi să nu fie prezent şi pe internet. Pe lângă varianta on-line a ziarelor cotidiene există şi ziare on-line. În ciuda costurilor ridicate şi a veniturilor încă mici aceste oferte sunt reactualizate zilnic (Sager 2000:83).

Conceptul de ziar poate fi folosit în contextul internetului, deoarece păstrează caracteristicile presei scrise. După Gerpott şi Schlegel (2000:338) acestea sunt: periodicitate, universalitate, actualitate. La ziarele on-line se mai adaugă două însuşiri: interactivitate şi hipermedialitate. După Runkehl ş.a. (1998:106) iese în evidenţă faptul că versiunea on-line nu este identică cu ziarul tipărit. Spre deosebire de ziarul tipărit, varianta on-line este accesibil unui public din toată lumea şi oferă un grad mult mai mare de actualitate deoarece nu este legat de închiderea ediţiei. La forma de reprezentare a ofertei de conţinut presa on-line se foloseşte de un spectru larg de semne. Pe baza structurii de hipertext oferta de conţinut poate fi mai fragmentată şi astfel să ofere un spaţiu mai mare pentru receptarea inividuală decât oferă ziarul tipărit.

Prezenţa noilor mijloace în exprimarea zilnică aduce cu sine oferta complexă şi rapidă de conţinuturi. Există în primul rând termeni care desemnează noile aparate şi proceduri. În cazul mediilor noi este vorba de împrumuturi ca maus şi meniu, dar mai ales de cuvinte internaţionale din engleză (cum sunt computer sau laptop), de multe ori trunchieri (de pildă, modem de la modulare/demodulare, fax de la fac simil) sau abrevieri din engleză (CD, ISDN). La acestea se adaugă şi verbe ca a programa, a reprograma. Alte studii arată că mai ales pe internet apar multe anglicisme, cam 5% din vocabular cum sunt: *news, software, sitemap, web, webSite, server* etc.

5. Școala online

Perioada marcată de pandemie a adus comunicarea online la apogeu. Multe din caracteristicile multimediale ale internetului au fost avantaje pe care cei care au apelat la comunicarea online le-au folosit: posibilitatea de integrare a imaginii, a sunetului, împreună cu textul. De asemenea, interactivitatea a fost folosită, deși este mult limitată în timp și spațiu, față de o comunicare față în față. Comunicarea online interconectează persoane aflate la mari distanțe, singura condiție fiind conexiunea bună la internet și utilizarea unui device, telefon, tabletă, laptop sau calculator.

Închiderea școlilor a făcut ca, ceea ce vedeam doar ocazional în diverse colțuri ale lumii, forma de homeschooling, să devină realitate cotidiană și la noi. Privarea

de o școlarizare clasică a făcut ca peste tot în lume elevii, părinții și profesorii să cadă pentru prima dată de acord: școlile trebuie redeschise. Singurii care nu au închis școlile au fost suedezii fiind de părere că până împlinesc vârsta de 16 ani nu li se putea cere copiilor să fie responsabili de propria educație. Astfel că, în Suedia doar pentru elevii mari și pentru studenți s-a organizat un învățământ online.

Unele aspecte s-au dovedit a fi peste tot aceleași, indiferent de țară sau de cultură: cadre didactice suprasolicitate de restricțiile de igienă impuse, părinți temători, copii doritori să socializeze, oficialități nesigure dacă au procedat bine sau nu, păreri împărțite pro și contra, manifestații de stradă.

Pentru ca un școlar să participe cu succes la școala online trebuie să fie familiarizat cu tehnica necesară și să fie conștient de faptul că trebuie să învețe, responsabilitatea revenindu-i de cele mai multe ori în întregime, deoarece cadrul didactic nu îl poate controla online ca la clasă, decât în foarte mică măsură prin teme, evaluări etc. Au fost cazuri în care părinții își doreau de la școală și autorități un învățământ online impecabil, însă nu asigurau un minim care ținea de fiecare familie, întâmplându-se ca de multe ori, copilul nici măcar să nu se trezească pentru a urmări lecția sau să nu știe să intre pe canalele puse la dispoziție, lucruri neverificate de nimeni de-a lungul întregului semestru.

Aceleași condiții sunt valabile însă și pentru partenerii actului educațional. Și cadrele didactice trebuie, pe de o parte, să fie familiarizate cu tehnica și să aibă echipamentul necesar, iar pe de altă parte să fie responsabile pentru calitatea muncii lor, deoarece, în online, nici pe profesori, deocamdată, nu-i poate controla așa de bine sistemul, decât prin câteva instrumente gândite ad-hoc, care uneori au încărcat nejustificat procesul de învățare. Așa au fost, de pildă, teme date numai pentru a se justifica activitatea, însă care nu erau echilibrate cu materia predată sau, cu atât mai puțin, cu restul temelor date de alți colegi din același motiv. Unii nu s-au preocupat deloc să ofere elevilor informația din diverse motive: nu știau să mânuiască tehnica, nu aveau dispozitivele necesare sau, alții, au dat copiilor teme absurde, de pildă, să se înregistreze cum fac exerciții fizice pentru a demonstra că le-au făcut.

Pentru cei dedicați, însă, școala online este o provocare de a învăța noi tehnici, de a se perfecționa în didactică, nu neapărat fiindcă li se cere neapărat, ci pentru că este o situație nouă, venită ca o confruntare ce trebuie câștigată, pentru că meseria de dascăl este o meserie care permite mereu reinventarea, permite experimentarea și creativitatea. Mulți dascăli dedicați au recunoscut că perioada predării online a fost o perioadă obositoare, asta și pentru că, indiferent de nivelul de predare, reușita în comunicarea online presupune o bună cunoaștere a partenerului de dialog pentru a putea surmonta limitarea de spațiu și mai ales de timp. Prin urmare, pregătirea pentru predare este mai lungă decât predarea propriu-zisă, iar ideal ar fi ca actul didactic să nu fie gândit doar pentru grupa de studiu în ansamblu, ci și pentru fiecare elev sau student în parte pentru a-i asigura acestuia nu numai accesul la educație, ci și succesul în învățare.

Cu siguranță că școala online va rămâne și pe viitor, nu numai ca alternativă, ci și ca o componentă de sine stătătoare a învățământului.

6. Concluzii

Comunicarea online rămâne astăzi predominantă în influenţarea membrilor societăţii prin utilizarea noilor modalităţi tehnice de comunicare. Mass-media joacă un rol imens în difuzarea informaţiei. Presa online trebuie însă să-şi păstreze un rol vital în conştienzarea maselor pentru a contracara efectele nocive ale manipulării comunicaţionale. E important ca avantajele comunicării online să ducă la creșterea nivelului de pregătire a utilizatorilor, atât în ceea ce privește educația media, cât și în ceea ce privește educația online.

Bibliografie/ Bibliography:

Baron, Noami S., „Alphabet to email. How written English evolved and where it's heading", London/New York, Routledge, 2000.

Fritz, Gerd, „Coherence in Hypertext", în: Wolfram Bublitz / Uta Lenk / Eija Ventola (ed.), Coherence in Spoken and Written Discourse. How to create it and how to describe it. Selected papers from the international workshop on coherence, Augsburg, 24-27 April 1997, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1998, pp. 221-232.

Gerpott, Torsten/Schlegel, Maike, "Online-Zeitungen Charakteristika und Andwendungspotentiale eines neuen Medienangebotes" in: Medien und Kommunikationswissenschaft, 3, 2000, 335-353.

Kallmeyer, Werner, „Sprache und neue Medien – zum Diskusionsstand und yu einigen Schlussfolgerungen" in: Kallmeyer, Werner, (ed.), Sprache und neue Medien, Berlin/New York, de Gruyter, 2000, 292-315.

Runkehl, Jens/ Schlobinski, Peter/ Siever, Torsten, „Sprache und Kommunikation im Internet" în: Muttersprache, 2, 1998, pp. 97-109.

Sager, F. Sven, „Systema oder Ansammlung. Ist Multimedia überhaupt ein Medium?" în Kallmeyer, Werner (ed.), Sprache und neue Medien, Berlin/New York: de Gruyter, 2000, pp. 57-88.

Schlobinski, Peter, „Anglizismen im Internet", în: http://www.mediensprache.net/networx/networx-14.pdf, 2000.

Schmitz, Ulrich, „Neue Medien und Gegenwartssprache", în: http://www.linse.uni-essen.de/papers/nmedien.htm, publicat şi în Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST), vol. 50, 1995, pp. 7-51.

Schmitz, Ulrich, „Neue Medien als Arbeitsinstrument der Linguistik", în Kallmeyer, Werner (ed.), Sprache und neue Medien, Berlin/New York, de Gruyter, 2000, pp. 253-274.

Schütte, Wilfried, „Sprache und Kommunikationsformen in Newsgroups und Mailinglisten", în Kallmeyer, Werner (ed.), Sprache und neue Medien, de Gruyter, Berlin/New York, 2000, pp. 142-178.

Severinson Eklundh, Kerstin/ Macdonald, Clare, „The Use of Quoting to Preserve Context, în Electronic Mail Dialogues in IEEE Transactions on professional Communication", vol. 37, nr. 4, 1994, pp. 197-202.

Storrer, Angelika, „Was ist “hyper”am Hypertext”, în Kallmeyer, Werner (ed.), Sprache und neue Medien, Berlin/New York, de Gruyter, 2000, pp. 222-249.

Trappel, Joseph, „Ökonomisierung aus der Sicht der On-line-Medien”, în Medien und Kommunikationswissenschaft 2, 2001, pp. 227-236.