



Discursive Online Identities. Self-disclosure in Blogs

Delia Oprea¹

Abstract: The current study aims at discerning how identities are built within a sample of popular personal blogs and to depict the varieties of identities that can emerge in a digital medium. The focus is placed on the diversity of topics disclosed by the bloggers. Our analysis will take into consideration five popular Romanian blogs. The analysis shows that the topics disclosed in the blogs elucidate facets of online identity created with intention and deliberately by the author and by interaction with the audience. This study examines the construction of personal identities using the Gee (2011) structure of discourse varieties by focusing on self-disclosure in the digital world as expressed in blogs.

Keywords: online identity; I-statement; digital world; blog; self-disclosure

1. Ce este un Blog?

De aproximativ treizeci de ani, web-ul reprezintă o dimensiune importantă a discursului public pentru posibile analize lingvistice, discursive, imagistice, contextuale, politice sau chiar științifice. Corpusurile de lucru sunt din ce în ce mai numeroase, fenomenele lingvistice fiind mult extinse și problematice în același timp pentru noțiunile teoretice deja fixate în literatura de specialitate. În egală măsură, corpusurile online reprezintă și provocări în ceea ce privește reprezentativitatea, calitatea sau eterogenitatea datelor. În acest context, noțiunea de identitate discursivă devine și ea o variabilă a corpusurilor de lucru. În ceea ce

¹ Senior Lecturer, PhD, Cross-border Faculty, “Dunărea de Jos” University of Galați, Galați, Romania, Adress: 47 Domnească Street, 800008, Galați, Romania, Tel.: 0040745950003, E-mail: delia.oprea@ugal.ro.

urmează, am încercat să aducem în discuție o frântură din ceea ce poate îngloba conceptul de identitate, aplicând teorii ale identității discursive la o serie de cinci bloguri de modă, pentru a evidenția construirea identității discursive online prin fenomenul de expunere personală în astfel de manifestări discursive online, denumite generic bloguri.

Cuvântul *blog* este o abreviere care provine de la termenul englezesc *weblog*, împrumutat în limba română ca atare și folosit cu sensul său original. Acesta denotă o pagină web (online, așadar) în care un blogger, adică o persoană specializată (de cele mai multe ori) are o activitate constantă online, pe care o manageriază în mod independent de alte organizații media și care poate publica oricând intrări care apar în ordine cronologică inversă. **Crystal** (2006, p. 240) definește un blog ca o “aplicație web care permite utilizatorului să introducă, să afișeze și să editeze postări în orice moment”.

În era digitală și a social media, într-un context care facilitează schimburile de idei în cel mai scurt timp posibil de până acum, bazat pe o apropiere (virtuală) a participanților, blogul vine să țină locul unei agore înnoite, tehnologizate, care pleacă de la ideile unei persoane și prin interpretare și răstălmăcire, prin adresarea de întrebări și răspunsuri (multiple, chiar) și ajunge la o narațiune cu multiple intrigi, scrise pe un perete digital, cu poze și filmulețe, cu mărturii și experiențe care mai de care mai comune sau ieșite din comun, mai personale sau mai puțin personale, din moment ce atinge uneorii mii sau milioane de următori (așa cum este cazul conturilor de social media internaționale).

Realitatea acoperită de termenul de blog trimite la o mare varietate de texte. *Le Grand Dictionnaire terminologique* (GDT) precizează că prin intermediul unui blog „ne putem prezenta punctul de vedere, putem publica bilete (texte scurte) sau articole (texte mai lungi) al căror conținut și formă, foarte libere, rămân în întregime la discreția autorilor lor, care pot astfel comunica ideile lor și impresiile lor pe marginea unei multitudini de subiecte”¹. Ca trăsături specifice acestui tip de text publicat online, putem adăuga faptul că bloggerii includ, de obicei, în aceste texte link-uri către alte siteuri, dar și imagini, sunet și videoclipuri (Myers, 2010, p. 2).

¹ Office Québécois de la langue française, *Le grand dictionnaire terminologique* (GDT) <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/Resultat.aspx>, consultat pe 12.05.2019.

2. Despre Identitatea Discursivă în Mediul Online

Identitatea poate primi o serie de accepțiuni în funcție de mediul în care este folosit conceptul, dar și de zona de definiție căreia i se circumscrie. Ar putea părea un concept flu și în egală măsură precis, pentru că identitatea aduce cu sine o serie de precizări cu privire la un anumit lucru sau la o anumită persoană. Urmând teoretizarea lui **Bucholtz și Hall (2005, 2008)**, identitatea poate fi înțeleasă ca un produs, mai degrabă decât ca sursă a discursului. Am ales această perspectivă, pentru că blogul aduce în fața cititorului un cumul de caracteristici pe care cititorul le asociază autorului blogului, atribuindu-i acestuia o identitate deja stabilită, deja compusă și dezvăluită prin prisma dialogului pe care îl poartă pe blog cu cititorii. Este așadar un produs mai degrabă pentru urmăritori, decât sursă a discursului, pentru că se dezvăluie prin text.

Aceste identități cuprind valori sociale și ideologice dezvăluite către cititori, prin prisma unui instrument, ce are la bază discursul care se completează cu imagini, cu un background mediatic, cu o serie de apariții TV sau în presa scrisă și bineînțeles cu numeroase intervenții în social media. Nu ne propunem să analizăm aici tipologii sau tipuri de identitate, predeterminate, ci mai degrabă să scoatem în evidență modul de producere a acestei dimensiuni a identității online, precum și diferitele sale fațete în discurs.

Identitățile sunt explorate în acest articol prin procesul de expunere sau auto-dezvăluire, prin dezvăluirea informațiilor personale referitoare la sine (Jourard, 1971; Walton & Rice, 2013). Procesul de expunere va fi măsurat prin fraze care conțin cuvântul EU sau alte pronume/adjective care să exprime posesia sau care sunt legate de persoana I (mie, ale mele, mine, etc.), așadar o auto-dezvăluire a autorului, o autocaracterizare prin fapte, acțiuni, emoții, trăiri, inacțiuni, trăsături, alegeri, etc. Enunțurile de tip personal, caracterizate prin auto-referință, sunt definite ca enunțuri în care utilizatorul se referă la el însuși, folosind pronume de persoana întâi (Gee, 2011, p. 153). Afirmările la persoana întâi includ fraze precum “Mă simt fericit astăzi”, “Nu vreau să merg la petrecere” și pot fi folosite pentru a transmite semnificații în ceea ce privește atitudinile, intențiile, emoțiile și acțiunile, de exemplu ale autorului.

3. Considerații Teoretice și Metodologie

Blogurile sunt caracterizate ca având un grad ridicat de auto-dezvăluire (a se vedea, de exemplu, Chen, 2012; Herring și colab., 2005). Autodezvăluirea sau expunerea personală poate servi în diferite scopuri în cadrul blogurilor, cum ar fi întreținerea relațiilor (a se vedea, de exemplu, Greene, Derlega și Mathews, 2006; Jorgensen și Gaudy, 1980), dar și medierea identității (Nardi, Schiano, Gumbrecht & Swartz, 2004; Stefanone & Jang, 2007).

Potrivit Holtgraves, “preocupările de auto-prezentare vor fi întotdeauna operative în timpul unui episod de dezvăluire, indiferent de ce funcții de nivel superior pot fi îndeplinite” (1990, p. 197, t.n.), sugerând că autodezvăluirea este prin definiție împletită cu construcția identității.

În studiul de față, această legătură va fi analizată în contextul lumii digitale prin examinarea blogurilor personale de tip jurnal. Facem însă precizarea că o identitate adoptată într-un blog poate reflecta sau nu o identitate „adevărată”, din mediul offline.

Ca metodologie, am utilizat o metodă cantitativă și am măsurat într-o perioadă de timp determinată amploarea și frecvența expunerii personale în bloguri de modă românești, de tip jurnal.

Autodezvăluirea este așadar un proces cu mai multe fațete care poate fi examinat, de exemplu, în termeni de **amploare** și **frecvență**, adică gama și diversitatea subiectelor dezvăluite. Când spunem amploare ne gândim la aria de subiecte acoperite, iar când spunem frecvență, evaluăm de fapt, cât de personale sunt textele de pe blog, prin folosirea pronumelui personal EU sau al altor pronume (posesive – meu, mea, mele, etc.) sau chiar prin subînțelegerea subiectului de persoana I singular, ținând cont de particularitatea limbii române care conține propoziții cu subiect subînțeles. Aceste două fațete ale discursului vor fi concentrate în studiul de față, deoarece ele aruncă lumină asupra modului în care se poate dezvălui marca identității în materialele alese.

4. Construcția Identității prin Autodezvăluire în Discursul Digital

Punctul central al analizei care urmează o constituie identitatea pe care bloggerii lo construiesc în discursurile din blogurile personale, plecând de la noțiunea de autodezvăluire. În cazul blogurilor, identitățile (și optăm pentru pluralul acestui termen, întrucât produsul discursiv identitar al textelor unui blog poate genera în

funcție de context mai multe dimensiuni ale aceleiași identități (feminine, masculine, iubitoare de natură, iubitor de mașini, moderat în opinii, agresiv în opinii și poziții publice, etc.) apar construite prin mijloace textuale, vizuale (de exemplu, imaginile incluse aproape obligatoriu), dar și aspectul general și particular al siteului blogului, tipul de font, cât și discursive (de exemplu, auto-referire prin pronume generice, nume proprii, etc.). Expunerea în textele de blog este cea care contribuie în mod esențial la formarea unei / unor identități, pentru că atunci când dezvăluim altora informații personale despre noi, raportăm în același timp ceea ce considerăm ca fiind aspecte importante ale identității noastre, precum și ceea ce dorim să știe ceilalți despre noi și cum dorim să prezentăm informațiile, de fapt cum dorim să ne dezvăluim celorlalți. Examinarea discursului de autodezvăluire poate arunca simultan lumină asupra identităților situate social, dar și asupra celor construite în mediul digital.

Discuțiile de la care plecăm au fost avansate de mai mulți cercetători care lucrează în domeniul lingvisticii și care au abordat problema autodezvăluirii în discursul digital. De exemplu, auto-expunerea a fost studiată în legătură cu activitatea de *chat* (de exemplu, Cho, 2007), jocuri online (de exemplu, Choi, Yoon și Lacey, 2013), pe rețelele de socializare Twitter (de exemplu, Walton și Rice, 2013) și Facebook (de exemplu, Ledbetter și colab., 2011). Autodezvăluirea de sine a fost, de asemenea, examinată în *bloguri* (de exemplu, Bronstein, 2013; Jang & Stefanone, 2011; Qian & Scott, 2007; Tang & Wang, 2012). O caracteristică pe care studiile anterioare despre autodezvăluirea în bloguri au în comun se referă la metodologie, deoarece sondajele online au fost folosite în studii ca metodă de culegere a datelor. Prin urmare, studiile au abordat autodezvăluirea ca tip de comportament înțeles din perspectiva individului. Perspectiva noastră privește mai degrabă examinarea înfăptuirii lingvistice a autodezvăluirii de sine.

Primul obiectiv și anume identificarea legăturii dintre temele pe care bloggerii le abordează în textele lor și fațetele identității online, este abordat folosind un model prezentat de Gee (2011), care oferă un cadru clar de analiză a enunțurilor care conțin pronumele personal EU.

Sistemul său de clasificare împarte enunțurile care conțin pronume personal de persoana I în:

- enunțuri cognitive referitoare la gândire și cunoaștere;
- enunțuri afective legate de dorință și plăcere, emoție;
- declarații de stare și acțiune;

- declarații de aptitudini;

Blogurile alese pentru analiza de față sunt bloguri de tip jurnal cu un singur autor în care bloggerii discută în principal despre viața și experiențele lor. Sunt și bloguri „populare”, formate în jurul unor comunități destul de mari, alimentate cu conținut în mod susținut și constant.

Pentru fiecare dintre cele cinci bloguri am selectat câte cinci postări de blog. Cinci scriitori diferiți (scriitoare), de gen feminin, oarecum apropiate ca vârstă și domenii de interes: stil de viață, modă, maternitate, călătorii, gastronomie. Cele cinci bloguri sunt:

- Ela Crăciun - <https://elacraciun.ro/> (Blog de viață frumoasă)
- Andreea Raicu - <https://www.andreearaicu.ro/> (Tu în echilibru cu tine)
- Lorena Buhnici - <https://lorena.buhnici.ro/>
- Dana Rogoz - <https://www.danarogoz.com/>
- Laura Cosoi - <http://lauracosoi.ro/>

Popularitatea blogurilor menționate este evidentă în multe privințe: de exemplu, bloggerițele au câștigat numeroase premii pentru bloguri, toate au cariere și în televiziune sau teatru, au fost intervievate pentru reviste și au apărut în emisiuni TV. Unele sunt și autoare de cărți inspirate de blogurile lor și de conexiunea și vizibilitatea oferită de social media. Numărul de comentarii scrise pe postările de pe blog este, de asemenea, un indicator al unui public larg, public de care toate cele cinci bloguri se bucură pe deplin. Audiența poate, de asemenea, stimula conturarea identității online a bloggerului, pentru că identitatea digitală poate și trebuie văzută ca un proces de interacțiune între omul din viața privată cu omul din viața publică, alcătuită și din vizitatorii, urmăritorii, comentatorii blogului, și ale social media pe care le folosește bloggerul.

Având în vedere numărul mare de potențiali cititori pe care îl au aceste bloguri, rolul publicului în procesul de implementare a identităților personale este și el vital. Însă această dimensiune a construcției identității nu reprezintă punctul de interes al analizei noastre.

Popularitatea poate fi un indicator al nivelurilor de autodezvăluire, de aceea am ales bloguri cu un nivel mare de popularitate pentru blogosfera românească.

Împărtășirea informațiilor intime despre sine cu un public online care se presupune că este mare și care este în cea mai mare parte necunoscut ridică întrebări legate de **anonimat, confidențialitate și siguranță.**



Imaginea 1. Colaj foto bloguri românești analizate

Frazele de tip autodezvăluire sunt de fapt modalități lingvistice prin care personajele principale (bloggerițele) se prezintă publicului. Prin temele pe care le abordează, și anume: frumusețe, stil de viață, produse la care aleg să facă reclamă / referire, călătorii, familie /relații, ele aleg să se identifice în fața publicului cu anumite arii de interes cu privire la care își și fac publice poziția, opțiunea, ceea ce cred despre acele teme abordate. Această manieră de a se „prezenta” în fața publicului reprezintă și o modalitate de construire a identității. O perspectivă cantitativă a frazelor care conțin referiri la persoana lor ne va ajuta să conturăm și o scurtă analiză calitativă cu privire la modul în care produsul numit „identitate” se construiește în acest mediu digital.

5. Scurtă Analiză și Constatări

Pentru a analiza varietatea de subiecte pe care cele cinci autoare le abordează în textele de pe blogul lor, am folosit dimensiunile pe care Gee (2011) le descrie ca reprezentând categorii ale discursului uman, de aici înțelegându-se că nu toate formele de discurs sau toate temele pot fi încadrate în aceste categorii, dar ele reprezintă cel mai des întâlnite categorii de subiecte abordate în zona de discurs. Sigur că, o analiză atentă a subiectelor abordate în blogurile românești având drept autor o persoană de gen feminin ar face probabil loc și altor categorii, însă schema

lui Gee ne ajută să conturăm o perspectivă de ansamblu în această direcție a construcției unei identități online prin discurs.

La bază, identificarea implicațiilor personale poate fi făcută prin referirea exclusivă la fraze care conțin pronume de persoana I (eu, noi, mie, ale mele, ai mei, etc.), însă pentru o analiză mai în profunzime, am privit dincolo de aceste mărci lingvistice personale, permițând astfel o mai bogată percepție asupra subiectului. Am luat în considerare și elemente de discurs emoțional și atitudinal care transpar din texte, chiar dacă nu sunt folosite / atribuite ca fiind personale

5.1. Subiecte de Discuție care Contribuie la Autodezvăluire

Cele 25 de postări de blog avute în vedere în acest studiu conțin puțin peste 400 de afirmații în legătură directă cu persoana lor. Cel mai mare număr dintre aceste afirmații se încadrează în categoria C: declarații de stare și de acțiune (un total de 55% din toate afirmațiile), a doua categorie ca mărime este categoria enunțurilor care cuprind declarații de tip afectiv (categoria B, 25%). Al treilea cel mai frecvent tip de enunțuri de autodezvăluire din acest material este reprezentată de enunțurile de tip cognitiv din categoria A (cu 15% din totalul enunțurilor cu implicații personale), iar a patra cea mai frecventă este categoria D, care cuprinde declarații cu privire la abilități și/sau lucruri care nu pot fi făcute / controlate /decise la nivel personal (%).

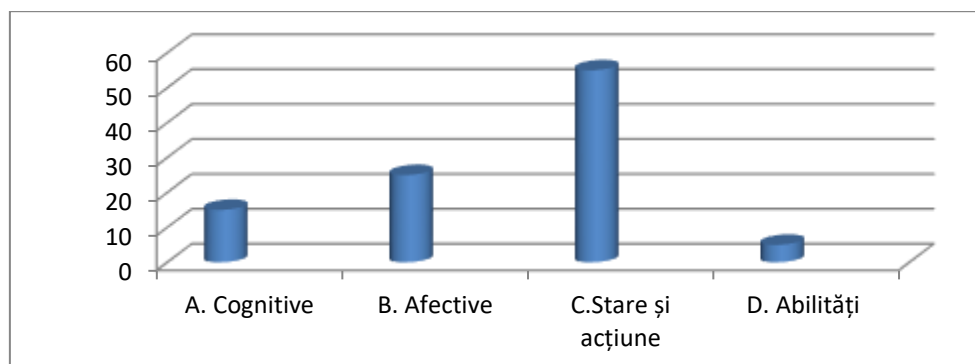


Figura 2. Distribuția Cantitativă a Categoriilor de Declarații de Tip Personal pe Blog

În urma analizării temelor pe care cele cinci bloggerițe le abordează, în mai mult de jumătate din cazuri, autoarele au dezvăluit informații despre ceea ce au făcut, făceau sau plănuiau să facă, adică au folosit o declarație de tip personal, de stare și acțiune. În mod firesc, am constatat că înaintea afirmațiilor de tip cognitiv se

regăsesc cele de tip afectiv, deși blogul este o zonă personală, de dezvăluire a gândirii și cuoștințelor, iată că în cazul blogurile scrise de femei, poate că zona de emoții și afectivitate este ceva mai puternică. Deși par a lua uneori forma unor jurnale (Dana Rogoz și Laura Cosoi, în mod special), blogul acoperă și celelalte zone ale gândirii umane, ale acțiunii și ale declarării de abilități sau uneori, inabilități, văzute nu ca dizabilități, ci ca zone în care nu sunt foarte bine formate și direcționate.

Afirmațiile de tip cognitiv (“cred”, “gândesc”, “am impresia”, etc.) se plasează pe locul al III-lea și scot în evidență că blogurile nu prezintă doar fapte / acțiuni, emoții, ci și experiențe interne legate de decizii, moduri de a vedea și interpreta situații, contexte.

5.2. Construirea Identităților Specifice prin Autodezvăluire

Pentru această parte a analizei noastre, am ales doar două dintre blogurile menționate și anume acela al Laurei Cosoi și al Danei Rogoz, pentru a ajunge la o perspectivă ceva mai rafinată asupra identității / identităților discursive construite prin intermediul blogurilor și al elementelor de autodezvăluire.

Dana Rogoz are cele mai multe afirmații de tip expunere / autodezvăluire, dar și blogul Laurei Cosoi prezintă un specific anume cu privire la majoritatea afirmațiilor de tip afectiv. Spre deosebire de Lorena Buhnici și Andreea Raicu care și-au făcut asociat blogurilor zona lor profesională, atât Laura Cosoi, cât și Dana Rogoz sau Ela Crăciun, utilizează blogul ca pe un instrument adiacent carierelor lor în teatru și televiziune. Motiv pentru care textele de pe blogurile Lorenei Buhnici și al Andreei Raicu prezintă mai puține afirmații de tip emoțional și mai multe de tip cognitiv și acțional.

Laura Cosoi și Dana Rogoz utilizează numeroase afirmații cu substrat emoțional și prin prisma faptului că sunt amândouă mămici de copii mici (de altfel, în afară de Andreea Raicu, toate sunt și mame), descriind aproape în toate textele de pe blog experiențe personale, cu privire la viața lor de familie, trăirile și dorințele lor, cu preponderență.

(1) “24 de ore de cand a venit pe lume minunea noastra, Lara. In aceste ore nu am facut altceva decat sa o tin in brate, sa o miros, sa o privesc. Si nu ma mai satur...I-am povestit despre lumea asta minunata, despre Dumnezeu, despre

surioarele ei, despre taticul perfect si toti cei dragi din familie care de-abia astepta sa o cunoasca!

Li multumesc in fiecare clipa ca ne-a dat sansa sa ii fim parinti, sa o iubim, sa fim acolo pentru ea de fiecare data pentru totdeauna!

Esti sufletul nostru, Lara!” (Laura Cosoi, 23 iunie 2022)

În acest exemplu, vedem foarte clar puterea și funcția de autodezvăluire a afirmațiilor personale, prin care autorul se deschide către public ca și cum ar vorbi cu cineva din familie. Tot acest tip de autodezvăluire demonstrează și interacțiunea care stă la baza relațiilor autorului cu audiența sa și care conturează cumva și profilul personal. În acest mod, construcția identității se face în mod deliberat și explicit, Laura autoprezentându-se drept o femeie familistă, iubitoare de copii, credincioasă, o soție și o mamă iubitoare.

(2) E cumva nedrept ca acum cand ma gandesc la tine, imi vin in minte mai intai ultimele zile din viata ta. Imaginile cu tine in spital au estompat atat de multe alte amintiri. Regret asta. Probabil ca, tocmai pentru ca stiam ca te pierd, am deschis mai larg ochii sa te vad, sa te observ, sa te retin. Atunci mi-ai dat probabil cea mai importanta lectie de viata. Sa deschid ochii. Sa pretuiesc ce am. Sa ma bucur de noi, cei ce suntem inca impreuna. (Dana Rogoz, 10 mai 2022)

Autoexpunerea și vulnerabilizarea pe care autoarea, Dana Rogoz, le construiește prin discurs, reflectă construcția în mod deliberat a unei identități. Exemplul de față este dovada faptului că nu doar afirmațiile care îl conțin pe „EU”, „MEU”, „MINE”, constituie un mijloc lingvistic de construire a unei identități, ci și multiple alte referiri, fațete de altfel, la existența persoanei. O împletire între identitatea online și cea offline reprezintă în acest paragraf o modalitate prin care Dana Rogoz aduce în fața cititorilor ei o parte din viața ei personală, povestind evenimente din viața ei și mai ales emoții pe care aceste evenimente le-au trezit și le trezesc în continuare. Comentariile vin și ele să completeze emoția pe care autoarea o descrie amănunțit, demonstrând în acest fel că reacționând la postare și înțelegând complexitatea subiectului abordat, co-construiesc împreună o identitate a scriitorului. Construcția identității este deci un proiect comun între audiență și blogger, manifestat prin discurs.

În alte situații (exemplul 3), identitatea se construiește prin atitudinea pe care bloggerul o are față de anumite evenimente, situații, contexte, pe care le aduce în discuție în textele sale și față de care își exprimă poziția.

(3) A început sezonul în care se deschid restaurantele cu servire „All Inclusive” și când putem să alegem, după propria poftă, dintr-o mulțime de preparate delicioase, cu arome și culori ademenitoare. De cele mai multe ori, pofta este atât de mare, încât le-am încerca pe toate. Problema este că jumătatea dintre mâncarea pe care o vedem va fi aruncată din cauza clienților. Farfuriile umplute în exces sunt principala cauză a risipei alimentare, dar și a apariției problemelor de sănătate. (Ela Crăciun, 23 iunie 2022)

Acest tip de construcție a identității este una de tip sociocultural, pentru că se plasează într-un context anume social, descriind anumite tipuri de comportament sociale, pe care le apreciază într-un mod sau altul, poziționându-se astfel într-o anumită tabără, aceea a celor cărora le pasă de fenomenul de risipă alimentară care afectează întreaga planetă, dar de care la nivel individual nu suntem foarte conștienți.

Din astfel de paragrafe, putem ușor trage concluzia că modalitate de construire a identității discursive în mediul online nu poate fi una singulară, ci că, dimpotrivă, mai multe abordări, contribuie la construirea unor fațete ale identității.

6. Concluzii

Exemplele de mai sus ilustrează funcția pe care o îndeplinesc afirmațiile de tip personal în procesul de autodezvăluire și implicit în procesul de construcție a identității (identităților), dar demonstrează și caracteristica esențială a acestui mediu, aceea a interacțiunilor implicite. Exemplele arată, de asemenea, cum construirea unei identități de blogger se poate face în mod explicit și deliberat. Analiza celor 25 de postări de pe blog relevă că strategiile discursive folosite în bloguri sunt specifice mediului în sine, și anume digital. Aceste strategii ilustrează permanenta co-construcție și schimbarea naturii identităților în contextul lingvistic și social. (1) Majoritatea afirmațiilor de tip personal din materialele analizate sunt afirmații de stare și acțiune. De asemenea, (2) declarațiile autodescriptive indică modul în care bloggerul dorește să fie văzut de public, (3) pe tot blogul, bloggerul folosește multe exemple de limbaj afectiv pentru a-și descrie viața și experiențele. În plus, (4) bloggerul își descrie în mod explicit emoțiile în mai multe situații, iar (5) bloggerul însuși discută în mod sincer și își împărtășește emoțiile și alte informații personale pe blogul lui.

Identitatea online este așadar un cumul de trăsături, acțiuni, atitudini, luări de poziție, toate devăluite prin discurs, autodezvăluirea fiind una dintre modalitățile esențiale de construcție a identității nu doar în mediul online, ci și în cel offline.

Publicații analizate:

Ela Crăciun

1. “3 destinații ideale pentru vacanțele cu copiii”, 28 iunie 2022

https://elacraciun.ro/3-destinatii-ideale-pentru-vacantele-cu-copiii/?fbclid=IwAR3cic-GDprABftk5B2_MnkerKNCLCSpAtQm81xHGENyRMxdBRvBQL5YWdo

2. “Ce GREȘELI facem atunci când mâncăm la All Inclusive”, 23 iunie 2022

<https://elacraciun.ro/ce-greseli-facem-atunci-cand-mancam-la-all-inclusive/?fbclid=IwAR1mOQD51wxEzED55YA4Ga5nwDUemZ44vje5CXBasnxFgc-AOBklfMg--c>

3. “75 de activități distractive pentru fiecare zi de vacanță”, 16 iunie 2022

<https://elacraciun.ro/75-de-activitati-distractive-pentru-fiecare-zi-de-vacanta/?fbclid=IwAR1a7eMtUG2Q5kEz1HHA3oNsRAwrGzMAAt-QzMWZTNcsn8eeoKdhCeaYyIio>

4. „Cele două obiceiuri magice din rutina mea de frumusețe”, 7 iunie 2022

https://elacraciun.ro/cele-doua-obiceiuri-magice-din-rutina-mea-de-frumusete/?fbclid=IwAR0blXYL6f3uf-d0s90HSq23F7iWiSqGFbqGwIwxXax2IIG2jUb1PQE3S_k

5. „Emoții pe șantier. 5 lecții pe care le-am învățat din renovarea casei” – 20 mai 2022

https://elacraciun.ro/emotii-pe-santier-5-lectii-pe-care-le-am-invatat-din-renovarea-casei/?fbclid=IwAR1iw5_e1EFRA_urKXmAm7agCx1FZyyeDRQGsO5oey7hz95XNsCchDn5sqo

Andreea Raicu

1. „Descopera AMALIN by Andreea Raicu” – 1 iulie 2022

<https://www.andreearaicu.ro/blog/descopera-amalin-by-andreea-raicu/>

2. „Am o MARE surpriza pentru tine”-28 iunie 2022

<https://www.andreearaicu.ro/blog/am-o-mare-surpriza-pentru-tine/>

3. „De ce avem mai mare incredere in fricile noastre, decat in fortele noastre?” – 18 mai 2022

<https://www.andreearaicu.ro/blog/de-ce-avem-mai-mare-incredere-in-fricile-noastre-decat-in-fortele-noastre/>

4. „Intrebari pe care mi le-am pus ca sa-mi descopar pasiunea” – 14 mai 2022

<https://www.andreearaicu.ro/blog/intrebari-pe-care-mi-le-am-pus-ca-sa-mi-descopar-pasiunea/>

5. „Ce ma face sa ma simt frumoasa si fericita” -26 ianuarie 2022

<https://www.andreearaicu.ro/blog/ce-ma-face-sa-ma-simt-frumoasa-si-fericita/>

Lorena Buhnici

1. „ Drumul spre Thailanda: Carantina în Bangkok” – 20 ianuarie 2022

<https://lorena.buhnici.ro/2022/01/drumul-spre-thailanda-carantina-in-bangkok/>

2. „ Epilarea definitivă și întreținerea ei” -21 noiembrie 2019

<https://lorena.buhnici.ro/2019/11/epilarea-definitiva-si-intretinerea-ei/>

3. „ Noua gamă de îngrijire Vichy Liftactiv” – 19 iunie 2019

<https://lorena.buhnici.ro/2019/06/noua-gama-de-ingrijire-vichy-liftactiv/>

4. „ Ce cărți aş vrea să citesc”- 14 noiembrie 2019

<https://lorena.buhnici.ro/2019/11/ce-carti-as-vrea-sa-citesc/>

5. „ Cum alegem pernele pentru un somn sănătos” – 9 iulie 2018

<https://lorena.buhnici.ro/2018/07/cum-alegi-pernele-pentru-dormit/>

Dana Rogoz

1. „De la telefonul cu disc si pana la ziua de azi” – 16 mai 2022

<https://www.danarogoz.com/de-la-telefonul-cu-disc-si-pana-la-ziua-de-azi/>

2. „Brambura prin Thailanda (partea a II a)” – 21 aprilie 2022

<https://www.danarogoz.com/brambura-prin-thailanda-partea-a-ii-a/>

3. „La Multi Ani, Vlad! 8 ani (partea a III a)” – 8 martie 2022

<https://www.danarogoz.com/la-multi-ani-vlad-8-ani-partea-a-iii-a/>

4. „Femei care ma inspira (partea a II a)” – 10 martie 2021
<https://www.danarogoz.com/femei-care-ma-inspira-partea-a-ii-a/>
5. „8 ani fara tata” 10 mai 2022
<https://www.danarogoz.com/quote-of-the-week-47/>

Laura Cosoi

1. „La multi ani, Lara!” -1 iulie 2022
<http://lauracosoi.ro/la-multi-ani-lara/>
2. „Calitatea vietii” – 21 iunie 2022
<http://lauracosoi.ro/calitatea-vietii/?fbclid=IwAR3aezjD4OLFHLk5PX2uvF6CxbPH9ufcrZsIkkne5ne--FYj8JgPVmS8lQ4>
3. „In asteptarea surioarei” – 10 iunie 2022
<http://lauracosoi.ro/in-asteptarea-surioarei/?fbclid=IwAR3DkMhiwIV4CQIP4xIRYI3nxuj6wjUsnwTo8n9zxwDJCziFmkStIUMuxdA>
4. „Despre transformările corpului în sarcină” – 9 iunie 2022
http://lauracosoi.ro/despre-transformarile-corpului-in-sarcina/?fbclid=IwAR1WY__s3nJjU8CfnVzJ3JHAcv8pIm_QLfISjt-tjoNzDmT-u9j79uC_9Zg
5. „La multi ani, Rita buna!” – 11 iunie 2022
<http://lauracosoi.ro/la-multi-ani-rita-buna-3/>

References

- Bronstein, J. (2013). Personal blogs as online presences on the Internet: Exploring self-presentation and self-disclosure in blogging. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 65(2), pp. 161–181
- Bucholtz, M. & Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7 (4-5), pp. 585-614.
- Bucholtz, M. & Hall, K. (2008). Finding identity: Theory and data. *Multilingua*, 27(1-2), pp. 151-163.
- Chen, G.M. (2012). Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the theory. *Computers in Human Behaviour*, 28 (1-2), pp. 151-180.

- Cho, S. H. (2007). Effects of motivations and gender on adolescents' self-disclosure in online chatting. *CyberPsychology & Behaviour*, 10(3), pp. 339–345
- Choi, Y. K., Yoon, S. & Lacey, H. P. (2013). Online game characters' influence on brand trust: Self-disclosure, group membership, and product type. *Journal of Business Research*, 66(8), pp. 996–1003.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gee, J.P. (2011). *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method* (3rd ed.). London/ New York: Routledge.
- Greene, K.; Derlega, V. J. & Mathews, A. (2006). Self-disclosure in personal relationships. In A. L. Vangelisti, & D. Perlman (Eds.). *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*, pp. 409–427. Cambridge: Cambridge University Press
- Herring, S.; Kouper, I.; Paolillo, J.; Scheidt, L.; Tyworth, M.; Wright, E. & Yu, N. (2005). Conversations in the blogosphere: An analysis 'from the bottom up'. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Science*. Los Alamitos, IEEE Press. <http://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2005/2268/04/22680107b-abs.html>.
- Holtgraves, T. (1990). The language of self-disclosure. In H. Giles, & P. W. Robinson (Eds.). *Handbook of Language and Social Psychology*, pp. 191–207. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- Jang, C. Y. & Stefanone, M. A. (2011). Non-directed self-disclosure in the blogosphere. *Information, Communication and Society*, 14(7), pp. 1039–1059.
- Jorgensen, S. R. & Gaudy, J. C. (1980). *Self-disclosure and satisfaction in marriage: The relation examined*. *Family Relations*, 29(3), pp. 281–287.
- Jourard, S. M. (1971). *The Transparent Self*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ledbetter, A. M.; Mazer, J. P.; DeGroot, J. M.; Meyer, K. R.; Yuping, M. & Swafford, B. (2011). Attitudes toward online social connection and self-disclosure as predictors of Facebook communication and relational closeness. *Communication Research*, 38(1), pp. 27–50.
- Myers, G. (2010). *Discourse of Blogs and Wikis*. New York: Continuum.
- Nardi, A.; Schiano, D. J.; Gumbrecht, M. & Swartz, L. (2004). *Why we blog*. *Communications of the ACM*, 47(12), pp. 41–46.
- Qian, H. & Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(4), pp. 1428–1451.
- Stefanone, M. & Jang, C. Y. (2007). Writing for friends and family: The interpersonal nature of blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), pp. 123–140.
- Tang, J. -H. & Wang, C. -C. (2012). Self-disclosure among bloggers: Re-examination of social penetration theory. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 15(5), pp. 245–250.
- Walton, C.S. & Rice, R. E. (2013). Mediated disclosure on Twitter: The roles of gender and identity in boundary impermeability, valence, disclosure, and stage. *Computers in Human Behaviour*, 29 (4), pp. 1465-1474.