

УДК 811.11-112

**ПРИМЕНЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДИСКУРСА ТРЕВЕЛ-БЛОГОВ  
ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ  
ПО СОЗДАНИЮ ТРЕВЕЛ-БЛОГОВ О БЕЛАРУСИ**

**Е. А. ГРИШАНОВИЧ**

*(Представлено: Е. М. ЧЕБОТАРЁВА)*

*Анализируются трактовки понятия «блог» отечественных и зарубежных исследователей. Приводятся рекомендации по написанию публикаций в блоге. Описывается веб-приложение для начинающих тревел-блогеров, созданное на основе рекомендаций, полученных в ходе лингвистического анализа англоязычных тревел-блогов.*

Одним из самых современных жанров интернет-дискурса является блог. Блог основан на технологиях Web 2.0, которые содействуют росту социальных связей в интернете, так как каждая веб-страница является результатом действия всего сообщества: каждый член сообщества может оценивать, редактировать и обмениваться контентом с другими людьми. Американские исследователи Х. Фаррел и Д. Дрезнер определяют блог как «периодически обновляемую веб-страницу с минимальным внешним редактированием или без него, содержащую датированные записи, представленные в обратном хронологическом порядке, открытую для онлайн-комментирования и имеющую гиперссылки на другие онлайн-источники»<sup>22</sup>.

Путешествия стали частью повседневной жизни, что содействовало росту поисковых запросов о том, как выбрать отель, забронировать номер и билеты, оформить страховку, купить тур у туроператора или агентства, найти компанию для совместного отдыха и т.п., и, как следствие – привело к увеличению количества тревел-блогов и качественным изменениям тревел-текста, который приобрел черты поликодности и гипертекстуальности.

Согласно И.Д. Волковой, интернет-технологии трансформировали многие традиционные печатные жанры в гипертекстовые составляющие сайта. Соответственно, дневники путешествий эволюционировали в форму тревел-блогов, что знаменует огромный сдвиг от одиночного взгляда туриста XIX века к современному изобилию бесчисленных форм и форматов экспликации туристских впечатлений и оценок [2, с. 37-38].

В рамках нашего исследования интерес представляет классификация блогов по теме и авторству (критерий – численный состав: индивидуальные, коллективные, корпоративные). Соответственно, одной из платформ-проводников в мир путешествий является тревел-блог, который напрямую сопряжен с личностью автора, его способностью нетривиально подать информацию, что во многом формирует образ страны в глазах читателя [3]: «тревел-блог, как правило, создает и ведет один человек, и содержание блога сосредоточено на самом авторе и его интересах»,<sup>23</sup> причем «через тревел-блог автор не только рассказывает о своих путешествиях, но и дает рекомендации в форме интернет-дневника или обзора турпродукта».<sup>24</sup> Следовательно, тревел-блог – это «онлайн-дневник путешественника в повествовательной форме с использованием фото- и видеоматериалов поездок и экскурсий».<sup>25</sup> Поликодовый тревел-текст имеет нелинейную организацию, что усиливает чувство реальности и создает у читателя «эффект личного присутствия» [3].

На сегодняшний день существует множество платформ для создания и публикации собственного тревел-блога. Однако запрос на аналогичные веб-приложения в Беларуси показал их ограниченное количество. Таким образом, на основе наших рекомендаций, полученных в ходе лингвостилистического и лингвопрагматического анализа тревел-блогов, было разработано веб-приложение для создания тревел-блогов о Беларуси, которое включает систему интерактивной помощи, ориентированной на начинающего тревел-блогера.

Центр гипертекстового пространства тревел-блога, по словам О.В. Лутовиновой, сосредоточивается вокруг автора блога, вследствие этого положение языковой личности всегда является центральным в

<sup>22</sup> “A weblog is a web page with minimal to no external editing, providing on-line commentary, periodically updated and presented in reverse chronological order, with hyperlinks to other online sources” [1, с. 5]. Перевод наш Е.Г.

<sup>23</sup> “Travel blogs are typically created and maintained by a single individual, and their content tends to focus on the creator or his/her interests” [4, с. 117]. Перевод наш Е.Г.

<sup>24</sup> “Travelers use blogs to publish their personal travel stories and make recommendations online in the form of travel diaries or product reviews” [5, с. 642]. Перевод наш Е.Г.

<sup>25</sup> “Travel blogs are online diaries that describe tourists’ experiences of their travel. This may include narratives, photos and video files of the trip” [6, с. 62]. Перевод наш Е.Г.

виртуальном дискурсе, что способствует постоянному ее стремлению к самопрезентации [7]. Превазирование стратегии самопрезентации и стремление автора блога повысить интерес целевой аудитории к своей странице приводит к смешению кодов и появлению креолизованного, поликодового текста (сочетание вербального кода с изображением, музыкой, эмоджиконами), показанного на примере рисунка 1 из нашего веб-приложения, довольно часто происходит двойная кодировка, т.е. употребление двух языков в тревел-блогах. Использование поликодового текста обогащает и эмоционально окрашивает языковой текст [8].

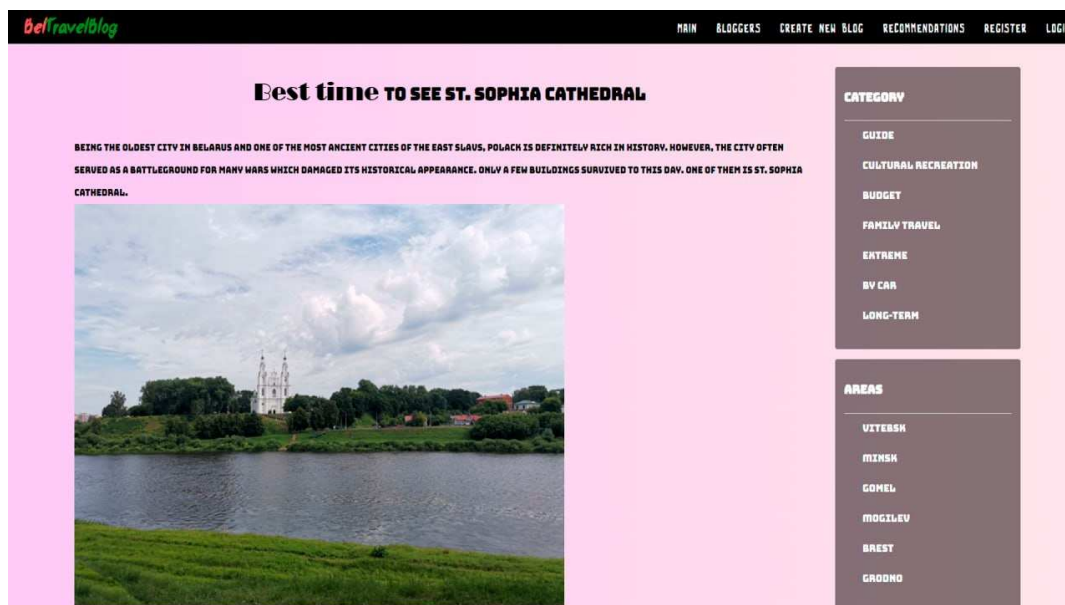


Рисунок 1. – Тревел-блог про путешествие в Софийский собор

Следует отметить, что гипертекст тревел-блогов не предполагает линейного прочтения, а характеризуется открытостью, чему содействуют теги или тематические метки; рубрикатор (рис. 2), систематизирующий корпус текстов («Архив блога», «Популярное», «Обзоры», «Новое»); авторский комментарий-характеристика своей страницы в виде гиперссылки «Обо мне»; подзаголовки как «навигаторы» по тексту; размещение в каждой публикации гиперссылок на социальные сети с целью продвижения блога; фотографии-гиперссылки с рассказами о личных впечатлениях, пережитыми в этих местах; гиперссылки на сторонние сайты с рекламой (отель, страховка, туроператор, снаряжение, аренда автомобиля); карты; видеоролики; лайфхаки; гайды; комментарии и подписка пользователей сайта, свидетельствующие о прагматическом успехе автора блога, увеличение рейтинга блога.

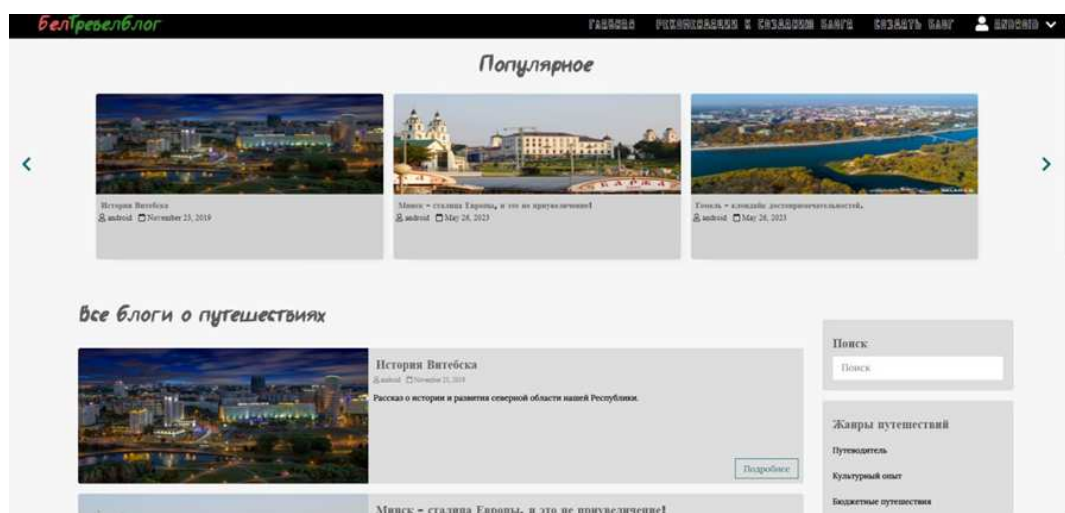


Рисунок 2. – Главная страница веб-приложения с рубрикатором «Популярное»

Рассмотрев массив сайтов для создания тревел-блогов, выявлено, что ни одна платформа не обладает пошаговыми инструкциями на этапе публикации блога. Основная цель тревел-блогера – поддержать интерес аудитории к ценности-концепту «путешествие» и установить активную обратную связь с аудиторией, что, соответственно, даст возможность авторам повысить трафик и обеспечить монетизацию своего блога. Заинтересовать читателя к прочтению статьи можно при помощи заголовка (рис. 3).

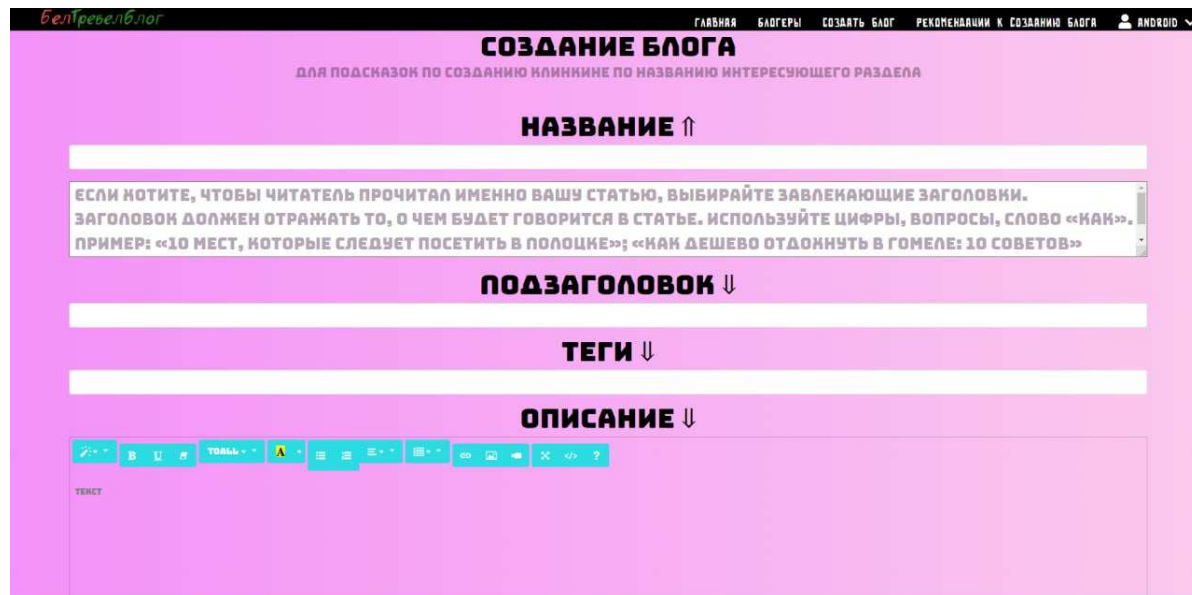


Рисунок 3. – Пошаговые инструкции  
 в виде всплывающих подсказок по написанию заголовка

С развитием интернет-пространства, которое стало неотъемлемым составляющим развлечений в жизни общества, вне зависимости от места или времени, возникла потребность в получении информации за короткий промежуток времени. Чтобы увеличить вероятность того, что читатель прочтет именно Вашу статью, следует уделить особое внимание выбору подзаголовков статьи, которые выступают навигатором по тексту (рис. 4).

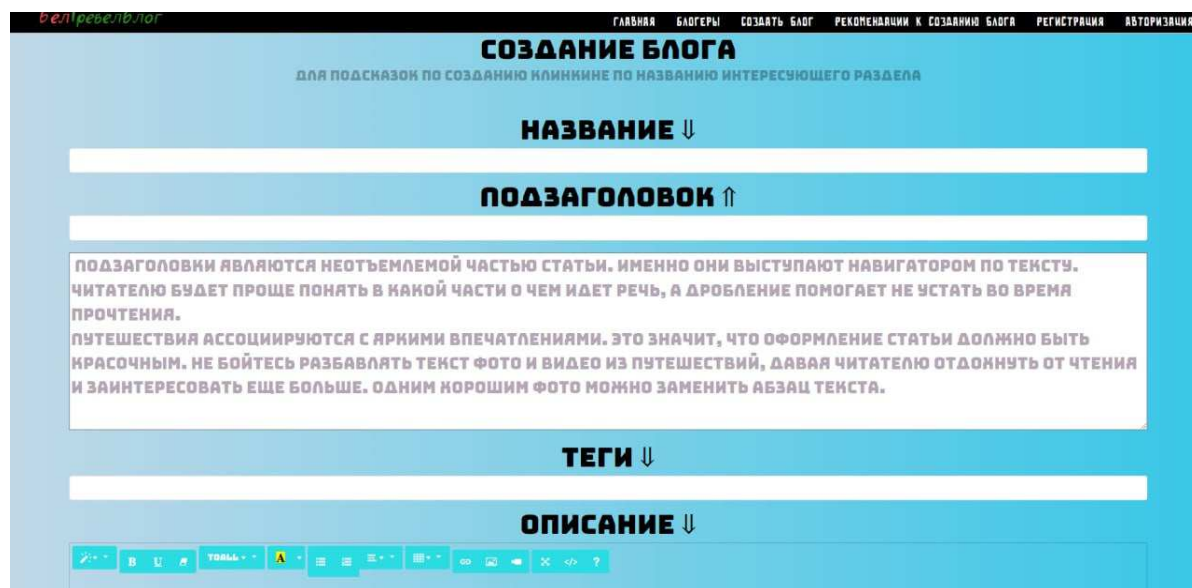


Рисунок 4. – Пошаговые инструкции  
 в виде всплывающих подсказок по структуре блога

Данное веб-приложение поддерживает как русский, так и английский языки (рис. 5).

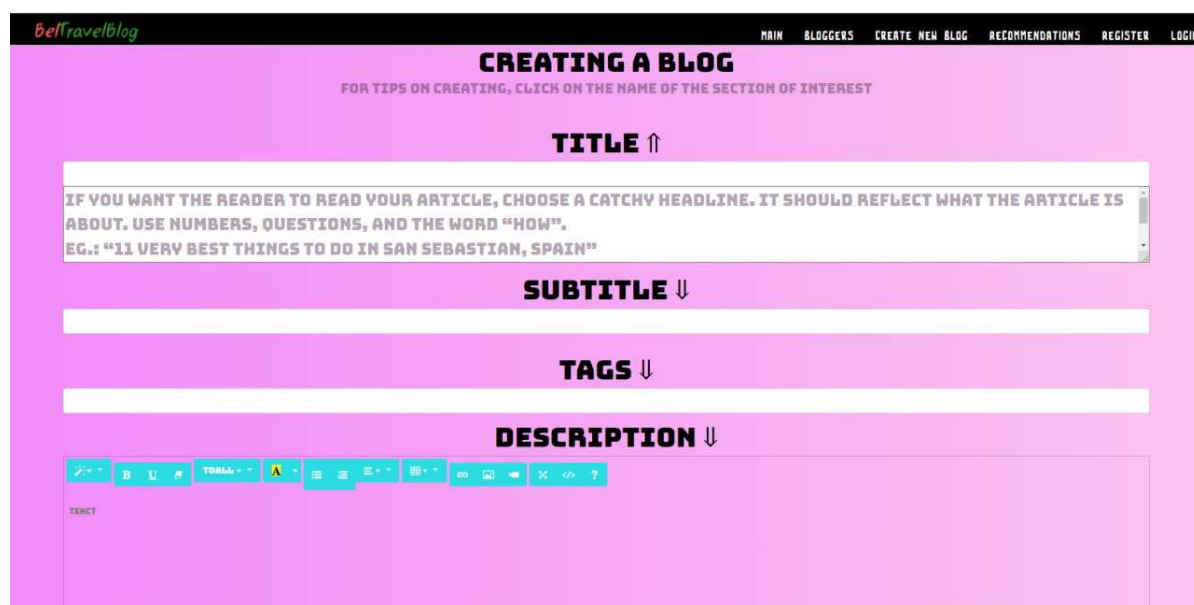


Рисунок 5. – Пошаговые инструкции на английском языке

Таким образом, используя всевозможные функции веб-приложения, начинающему тревел-блогеру удастся привлечь внимание читателей, тем самым получив эффективный тревел-блог. Данное веб-приложение может быть использовано как предметный тренажер по теме «Путешествия» (“Travelling”) на практических занятиях по дисциплине «Практика устной и письменной речи английского языка».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Drezner, D. The Power and Politics of Blogs / D. Drezner, H. Farrell // Amer. Politic. Science Assoc. [Electronic resource]. – 2004. – Mode of access: <https://civilities.net/files/research/blogpaperfinal.pdf>. – Date of access: 10.09.2023.
2. Волкова, И.Д. Глобализация и локализация как векторы развития туристического интернет-дискурса (на материале русского, английского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / И.Д. Волкова. – Волгоград, 2017. – 210 л.
3. Донник, У.А. Речевая форма «описание» в трэвел-тексте / У.А. Донник // Молодой ученый. – 2018. – № 9. – С. 196–199.
4. Herring, S. C. Bringing the Gap: A Genre Analysis of Weblogs / S.C. Herring // Papers from the 37th Annual Hawaii Intern. Conf. on System Science, Big Island, 5-8 Jan. 2004. / Univ. of Hawaii Hilo ; ed.: R. H. Sprague. – Big Island, 2004. – P. 115–125.
5. Vrana, V. A Social Networking Analysis of Travel Blogs / V. Vrana // Mediterranean Conf. on Information Systems, Athens, 25-27 September 2009. / Athens Univ. of Economics and Business ; ed.: A. Poulymenakou. – Athens, 2009. – P. 640–651.
6. Bosangit, C. What is Told in Travel Blogs? Exploring Travel Blogs for Consumer Narrative Analysis / C. Bosangit, S. Maccabe, S. A. Hibbert // Information and Communication Technologies in Tourism. – 2009. – P. 61–71.
7. Лутовинова, О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дис. ... докт. Филолог. наук: 10.02.19 / О.В. Лутовинова; Волгоград. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2009. – 40 с.
8. Большакова, Л. С. О содержании понятия «Поликодовый текст» / Л. С. Большакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-soderzhanii-ponyatiya-polikodovyy-tekst-1>. – Дата доступа: 11.09.2023.