

БЛОГ КАК ЖАНР ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ)

Е. В. Войтишенюк, Р. А. Самусев

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

Ни для кого не секрет, что Интернет является неотъемлемой частью жизни практически каждого человека. Мы общаемся в социальных сетях, ищем различную информацию в поисковых системах, играем в онлайн-игры, высказываем своё мнение на форумах. Именно форумы, интернет-конференции и блоги – часто оказывают серьезное влияние на имидж предприятия, товара или персоны. Предназначенные для общения, такие ресурсы содержат мнения людей, зачастую субъективные. Одним из таких является блог. Цель исследования – проанализировать структуру и основной контент белорусскоязычных блогов – «Дыя@блог пра мову», «Дыяблог пра прыгожае», «Дыяблог P/S».

Исходя из некоторых данных интернет-источников, следует отметить, что история создания блога началась в 1994 г., когда американский студент Джастин Холл впервые начал вести дневник в Интернете. 17 декабря 1997 г. редактор интернет-дневника «RobotWisdom» Джон Бергер применил термин *weblog*, который образовывался от словосочетания *logintheweb*, что в переводе означает «веду дневник в сети». Этот глагол превратился в существительное. Весной 1999 г. – Питер Мерхольц (создатель блога *Peterme*) преобразовал словосочетание *webloge* на две составляющие – *web log*, что означает «мы ведём дневник». На основе слова *blog* был образован новый английский глагол *to blog*, который переводится – «вести интернет-дневник». В некоторых всемирно известных газетах, таких как «The New Times», исчезла рубрика «Колонка комментатора» только потому, что появились блоги и колонка «переместилась» на цифровой носитель.

В декабре 1999 г. в мире насчитывалось всего 50 блогов. Первые блоги использовали в политических целях, затем они использовались как источник информации для крупных средств массовой информации [1].

По определению словаря Вебстера, блог – это сайт, представляющий собой ленту постоянно пополняемых записей (постов), отсортированных по времени и дате и включающих в себя текст, изображения и (или) мультимедиа [2]. Другими словами, блог состоит из расположенных в хронологическом порядке небольших записей, отражающих какую-либо мысль или настроение автора блога – блоггера. Блоги имеют разнообразную модификацию в зависимости от замысла автора и его целей. В основном блоги отличаются структурой и контентом. Рассмотрим следующую классификацию, предложенную А. Л. Новиковым, А. Поповым, С. В. Шейхетовым.

Блоги можно классифицировать:

– по типу авторства – *личный* (авторский, частный) блог, *псевдонимный блог*, *блог-подделка*, *коллективный или социальный блог*, *корпоративный блог*, *рекламный блог* или *пиар-блог*;

– по тематической направленности – *образование*, *путешествия*, *политика*, *быт*, *мода*, *музыка* [3];

– по виду мультимедиа: *текстовый блог*, *фотоблог*, *артблог*, *музыкальный блог*, *видеоблог*, *спортивный блог*, *фирменные блоги*, *литературные блоги* [4].

Серия белорусскоязычных блогов «Дыя@блог» состоит из нескольких рубрик – «Пра мову», «Пра літаратуру», «Пра прыгожае», «Пра вечнае», «Дыя@блог P.S.» [5].

По тематической направленности блоги соответствуют своим названиям и каждый блог, взятый в отдельности относится к типу «личный блог», поскольку каждый телеведущий сам ведет свою страницу. Однако вся серия блогов относится на наш взгляд, к *коллективному или социальному блогу, так как в основе их создания лежит одна цель – привлечь телезрителей к просмотру телепередач.* Сами блоги имеют следующие разделы – главная страница, где освещается информация о приглашенных гостях, куда читатели блога могут написать свои вопросы гостю-эксперту; раздел, содержащий информацию об авторе блога – «Пра мяне», «Выпускі праграм», «Тэмы праграм», «Займальнае пра мову», «Фотагалерэя», «СМС». У некоторых авторов проекта «Дыя@блог» разделы могут несколько отличаться, например, добавляется рубрика «О проекте». Таким образом, интерес читателей блога и телезрителей лежит в основе телепередачи. В белорусскоязычном блоге «Дыяблог пра мову» также прописываются темы: *Сустрэча з Людмілай Хейдаравай; Паэт з Вілейкі, бард Уладзімір Цанунін; Эпіграмы і пародыі Януса Мальца; «Дыяблог пра мову» сустракае Ірыну Глушэц* и т. д. После названия следует краткая биография и сведения о госте и приглашение участвовать в беседе: *Чакаем вашых пытанняў да нашага гостя!* На основе вопросов составляется сценарий будущих телебесед.

Сильная сторона таких блогов заключается в простоте и удобстве поиска нужной вам информации. Вы можете посмотреть отзывы и мнения насчет определенного события и даже самому принять участие в комментировании. С помощью комментариев можно общаться с пользователями, обмениваться информацией, таким образом, монолог автора блога, как правило, становится диалогом с читателями. Также к плюсам блога можно отнести тот факт, что информация, помещаемая на блоге, воспринимается как личное мнение блоггера и поэтому может вызвать больше доверия у пользователей. Именно эти качества делают блог мощным инструментом для продвижения практически любой информации в сети, и именно эти особенности объясняют сверхпопулярность блогов у различных корпораций и коммерческих компаний.

Однако стоит учитывать, что кроме плюсов блоги имеют и ряд недостатков. Так, качество любого блога, впрочем, как и любого другого текста, в первую очередь зависит от мастерства блоггера, а также от технических ресурсов.

Таким образом, интернет-прогресс привел к тому, что высказывания своего мнения и возможность стать популярным являются причинами появления новых способов интерактивности, одним из которых является интернет-блог. В результате взаимодействия информационных каналов – телевидения и интернета-информация, которую раньше можно было прочитать только в прессе или услышать только по радио, становится общедоступной. Зрители могут участвовать в беседе посредством заранее подготовленных в блоге вопросов, общаться через СМС-сообщения, получать ответы на вопросы в телепередаче, а также оставлять комментарии в блоге. Все чаще мнение блоггеров насчет того или иного события воспринимаются как более важное, нежели мнение СМИ. Данный диффузный жанр имеет преимущества перед другими жанрами медийного дискурса, поскольку имеет уникальную структуру, позволяющую привлекать большее количество участников с целью информировать и воздействовать на них.

Л и т е р а т у р а

1. Блог Ивана Кунпана. – Режим доступа : <http://biz-iskun.ru/>. – Дата доступа: 10.01.2016.
2. Webster's dictionary of computer terms. – 2006, published by Geddes and Crosset, David Dale House. – Original text by Keith White. – 1998, Additional text and revision by Richard Bowen. – 2004. – 544 p.

3. Савлук, Л. В. Курсовая работа по теме: Блоги как инструмент PR и интернет-маркетинга / Л. В. Савлук. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/2837670/>. – Дата доступа: 10.04.2016.
4. Кеглер, Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 640 с.
5. Дыя@блог P.S. / Нац. дзярж. тэлерадыёкампанія Рэсп. Беларусь, тэлеканал Беларусь 3. – Минск, 2015. – Режим доступа: http://naumgal.blogspot.com.by/p/blog-page_12.html. – Дата доступа: 10.01.2016.