

Пустой пародией является и само «Муравечество»: Б. в одной из финальных сцен заявляет, что пытается стать актуальным в бессодержательной культуре, выстроенной компаниями и насажденной агитационной политикой. Но искусство становится ценным исключительно через рефлексию «другого». Поэтому Ч. Кауфман прибегает к технике метаавторства, постоянно критикуя себя как сценариста и называя роман многословным опусом, помеченным «бартовским» логотипом известности автора. Писатель принимает правила современной поп-литературы и выдает однотипные шутки, превращая нарратив в своеобразный стендап: актуальные темы, «diversity»-повестка, псевдоструктуралистский разбор действительности, поп-культурная «наполненность». Ч. Кауфман перехватывает все guilty pleasures современного общества и лепит идентичную пародийную полую фигуру – роман о пустой культуре в мире, переполненном развлечениями.

Литература

1. Кауфман, Ч. Муравечество [Электронный ресурс] / Ч. Кауфман. – Режим доступа: <https://clck.ru/TtJaj>. – Дата доступа: 22.03.2021.

Жанр поста и статуса в социальных сетях «ВКонтакте» и «Инстаграм»

*Карпинчик А. Н., студ. 1 к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. Рыжкович А. Ч., канд. филол. наук, доцент*

Все информационные сообщения, которые создаются и распространяются в Интернете, так или иначе обладают определенными характеристиками и отличительными особенностями, то есть их можно рассматривать как жанры.

Т. Ф. Ефремова понимает под жанром «разновидность произведений в пределах какого-л. искусства, отличающийся особыми, только ему свойственными сюжетными и стилистическими признаками» [1]. А. А. Тертычный относит к жанрам «устойчивые типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками» [2].

В данной статье мы более подробно рассмотрим жанр поста и статуса в социальных сетях «ВКонтакте» и «Инстаграм», а также проведем сопоставительный анализ этих жанров на основании данных коммуникативных платформ.

Сегодня «пост» выделяется исследователями как один из речевых жанров интернет-коммуникации. Это обусловлено, в первую очередь, такими характеристиками поста, как интерактивность, наличие смыслового и логического фокуса, а также сочетанием устной и письменной речи. Пост пред-

полагает не только факт информационного сообщения, но и активное взаимодействие между пользователями: обсуждение, комментирование, обмен мнениями, функция «лайка» и «репоста».

Термин «социальный статус» изначально существовал в юриспруденции и психологии. Проведя анализ 32 статусов в социальной сети «ВКонтакте», мы можем дать следующее определение: статус в социальных сетях – это короткое текстовое сообщение в профиле, которое может отражать настроение пользователя в данный период времени, а также давать общее представление о взглядах человека. При этом статус не всегда несет особую смысловую нагрузку, так как читающий часто не может ассоциировать его с образом пользователя и конкретной ситуацией, к которой он привязан.

Для анализа постов и статусов из аккаунтов в «Инстаграм» и «ВКонтакте» мы обратились к анкете Т. В. Шмелевой. В данной анкете автор предлагает 7 основных критериев анализа речевых жанров: коммуникативная цель, образ автора и адресата, образ прошлого и будущего, тип диктуемого (событийного) содержания, языковое воплощение речевого жанра.

Нами были проанализированы 32 аккаунта студентов Гродненского государственного университета имени Янки Купалы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Инстаграм». В ходе исследования мы выяснили, что:

- основными коммуникативными целями жанра *поста* являются информативная, императивная, этикетная («ВКонтакте»). При этом в «Инстаграм» мы обнаружили также и оценочную коммуникативную цель (например, студенты делятся впечатлениями о мероприятиях, блюдах, фильмах);

- образ автора в нашем исследовании – это студент купаловского университета: молодой человек, стремящийся делиться с другими пользователями собственным взглядом на мир;

- образ адресата установить не удалось, так как невозможно определить конкретную читательскую аудиторию. Это обусловлено общедоступностью предоставляемой информации, а также спектром тем, о которых пишут и говорят современные пользователи. Можем предположить, что основная часть аудитории – это сверстники (молодые люди в возрасте от 17 до 25 лет);

- образ будущего: социальные сети всегда предполагают активное обсуждение, выражение различных точек зрения;

- языковое воплощение жанра поста в социальных сетях «ВКонтакте» и «Инстаграм» реализуется в зависимости от конкретной цели. При этом в некоторых аккаунтах мы обнаружили посты, где текст вовсе отсутствует: авторский замысел передан при помощи эмодзи. Также присутствуют посты, представленные лишь одной цитатой одного из известных деятелей культуры или науки.

Коммуникативными целями *статусов* являются: информативная, императивная (например, «keep distance»). Статус не предполагает его обсужде-

ния, uteslutande de fall, då författaren som om dubblar det på personlig sida. Författare kan också använda som status emote eller populär citat. Ibland status representeras ett ord eller korta ordkombinationer («annars», «Fågeln blå»). Det är viktigt att notera, att funktionen «status» används inte alltid på sitt rätta ändamål: användare placeras i denna del av länkar till profiler i andra sociala nätverk.

Således, vi kan dra slutsatsen, att status och post, som är en del av kommunikation i internet-miljö, har viktiga skillnader. Detta är förknippat, i första hand, med skillnader i kommunikationsmål för dessa genrer, och också med språkliga uttryck.

Literatur

1. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000. – 1233 с.

2. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

Sveriges politik gentemot europeiska flyktingkrisen

*Козловский К. В., студ. III к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Саковец М. С.*

Den europeiska flyktingkrisen uppstod på hösten 2015 i samband med den ökade flödet av flyktingar och illegala migranter till Europeiska unionen från länderna i Nordafrika, Mellanöstern och Sydostasien och EU: s ovilja att ta emot och distribuera dem. Denna flyktingkris var den största i Europa sedan andra världskriget. 2015, enligt olika uppskattningar, anlände från 1 till 1,8 miljoner flyktingar och illegala migranter till EU. I den artikeln undersöks tillvägagångssätt och lösningar på flyktingkrisen i Europa, som tagits av svenska myndigheter.

Sverige tog emot 146 000 asylsökande 2015. De flesta asylsökande var afghanska, följt av syrier och irakier. I början av november varnade myndigheterna att de inte längre kunde erbjuda boende till alla asylsökande. [1] I november 2015 återinförde Sverige gränskontroller för ankomster från den danska sidan, inklusive Öresundsbron. Den första dagen av gränskontrollen minskade antalet migranter som anlände till södra Sverige från hundratals till tiotal. [2] Den 26 november 2015 sa statsminister Stefan Löfven att systemet för välkomnande av migranter skulle kollapsa och att regeringen skulle föreslå stora nya restriktioner och åtgärder för att minska tillströmningen av migranter. Han uppmanade andra europeiska länder att ta mer ansvar. [3]

I slutet av juni 2016 röstade svenska riksdagen för en mer restriktiv politik. Som ett resultat blev uppehållstillstånd tillfälligt och invandring av familjemed-