

## Литература

1. Pauwels L. A Multimodal Framework for Analyzing Websites as Cultural Expressions // Journal of Computer-Mediated Communication. 2012. № 17. P. 247–265.
2. Stack M. Global university rankings and the mediatization of higher education. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2016. 149 с.
3. World University Rankings 2021 // Times Higher Education URL: [https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking#!/page/0/length/25/sort\\_by/rank/sort\\_order/asc/cols/stats](https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats) (date of access: 17.01.2021).
4. The concept of excellence in higher education / M. Brusoni, R. Damian, J. G. Sauri, St. Jackson et al. Brussels : Zeynep Olcen, 2014. 45 p.

УДК 81

**Софья Андреевна Синеглазова,**

*студентка 3-го курса*

*Института филологии и межкультурной коммуникации  
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

## **ВЫРАЖЕНИЕ ЭМОЦИЙ НА ПАРАГРАФЕМНОМ УРОВНЕ В «ИНСТАГРАМ»-ДИСКУРСЕ (на примере аккаунта Эмили Клэр)**

**Аннотация.** В данной статье производится анализ «Инстаграм»-аккаунта Эмили Клэр с целью изучения особенностей параграфемных средств и их места в выражении эмоций.

**Ключевые слова:** «Инстаграм», аккаунт, Интернет, параграфемные средства, инстаграм-дискурс, эмоции.

**Sofia Sineglazova,**  
*undergraduate student of the 3<sup>rd</sup> year*  
*Institute of Philology and Intercultural Communication*  
*Kazan Federal University*

## THE EXPRESSION OF EMOTIONS AT THE PARAGRAPH LEVEL IN INSTAGRAM DISCOURSE (using the example of Emilia Clarke's account)

**Abstract.** In this article the analysis of Emilia Clarke's Instagram-account is performed in order to learn the features of paragraph tools and its place in the expression of emotions.

**Keywords:** Instagram, account, Internet, paragraph tools, Instagram-discourse, emotions.

С середины 70-х гг. XX в. ученые стали изучать тему эмоций в лингвистике, считая ее важным аспектом. В эмоциональном типе коммуникации «эмоциональные знаки выражают вершинные смыслы» именно потому, что они остаются лингвистическими. Так, семантика любых слов и знаков эмоционально нагружена [1, с. 192].

С высокими темпами развития Интернета стали появляться и «Инстаграм»-блоги, контент которых может включать комбинацию текста с фото, видео или другими объектами визуальной культуры. Это привело к переходу от повествовательного способа передачи информации к визуальному [2]. «Визуальный образ — это сложноорганизованный знак, включающий в себя совокупность <...> ценностных, эстетических факторов, самоорганизующихся в сознании посредством ассоциативной связи» [3].

Эмилия Кларк — знаменитая британская актриса и филантроп. Нами был проведен анализ ее «Инстаграм»-аккаунта. Материал исследования — 45 постов в период с 7 февраля 2020 г. по 11 января 2021 г.

Посты были разделены на 8 тематик: благодарность, подбадривание, реклама, театр, о собаке актрисы, личная жизнь, различные проекты и анонсы. Наиболее частотными являются такие темы, как «различные проекты» (благотворительные проекты, blacklivesmatter,

covid relief fund «same you» и т. д.), которые составляют 40 % от общего количества постов. Далее идет тематика «анонсы», в постах которой актриса рассказывает о премьерах ее спектаклей и фильмов и которая составляет 18 %.

В данных постах были рассмотрены такие параграфемные средства, как капитализация, хэштеги, смайлики и хештеги-смайлики. Нами были выявлены 10 сочетаний таких средств. Сочетание «капитализация + хештег + смайлики + хештег-смайлик» (27 %) используется Кларк в постах рекламы и анонсов, что показывает ее воодушевление и радость (This #InternationalThankYouDay I want to shout from the rooftops #ThankYouNHS!! #🙏🌈💙 THANK YOU NHS!!!! #❤️); «хештег + хештег-смайлик» (20 %) — в постах о ее собаке и об отце — показывает ее любовь по отношению к объекту речи (в посте о собаке: #themissingpieceofmypuzzle #😊).

Актриса часто использует смайлики: сердечко (в постах благодарности), ладошки (в постах о благотворительности) и человечка, который радуется (в постах-анонсах ее спектаклей).

Таким образом, можно сделать вывод, что в «Инстаграм»-аккаунте Э. Кларк широко используются параграфемные средства, с помощью которых актриса свободно выражает свои эмоции.

### Литература

1. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М., 2007.
2. Васильева А. А. Роль визуальных знаков в Интернет-коммуникации (на материале блогов социальной сети «Инстаграм») // Ученые записки. 2019. № 3 (39). С. 92–95.
3. Власова Я. М. Визуальный образ в современной культуре: к постановке проблемы // Вестник ВолГУ. 2010. Сер. 9. Вып. 8 (1). С. 127–129.