



Е. А. Нахимова

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: 0000-0003-4908-632 **М. В. Никифорова**

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: 0000-0002-0635-7065  **E-mail:** nakhimova@gmail.com; armada29@yandex.ru.

Топонимы Урал, Екатеринбург, Челябинск и их производные как маркеры региональной идентичности (на материале Instagram-публикаций губернаторов Свердловской и Челябинской областей)

АННОТАЦИЯ. Настоящее исследование выполнено с позиций когнитивно-дискурсивного подхода и носит сопоставительный характер. Материалом для исследования послужили Instagram-публикации губернатора Свердловской области Е. В. Куйвашева и губернатора Челябинской области А. Л. Текслера за период с марта 2019 года по февраль 2021 года. Ключевым методом исследования, используемым при интерпретации текстового материала, послужил когнитивно-дискурсивный анализ в его лингвоаксиологическом варианте. В качестве сопутствующих и вспомогательных методов исследования применялись сопоставительный метод, метод статистической обработки данных, а также метод лексико-семантического, коллокационного и контекстуального анализа.

В результате исследования выявлено, что пространство региональной идентичности воспроизводится и конструируется руководителями Свердловской и Челябинской областей в ряде контекстов, содержащих разнообразные маркеры идентичности, а также средства выражения авторской (субъективной) модальности, проецирующие ценностное отношение субъектов дискурса к воспроизводимым смыслам и представлениям. Ключевыми маркерами региональной идентичности следует признать аксиологически маркированные топонимы и оттопонимические обозначения — «Урал», «уральский», «уральцы», «Южный Урал», «южноуральцы», а также «Екатеринбург», «Челябинск», «Танкоград», «Магнитка» и др. Субъективная модальность рассматривается в контексте выражения оценочной (ценностной) позиции субъекта дискурса и обнаруживает себя в применяемой политиками системе средств оценки и апелляции к аксиологически маркированным концептам и топонимам.

В процессе анализа получает подтверждение тезис авторов о том, что позиционирование региона осуществляется с опорой на основные идентификационные маркеры региональной идентичности, к числу которых относятся топонимы «Урал», «Екатеринбург», «Челябинск», «Танкоград», «Магнитка».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: губернаторы; политические деятели; региональные органы власти; региональная идентичность; позиционирование региона; имидж региона; топонимика; топонимы; Интернет; интернет-дискурс; интернет-тексты; интернет-коммуникация; социальные сети; интернет-технологии; интернет-публикации.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Нахимова Елена Анатольевна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: nakhimova@gmail.com.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Никифорова Марина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры делового иностранного языка, Уральский государственный экономический университет; 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62, к. 454; e-mail: armada29@yandex.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Нахимова, Е. А. Топонимы Урал, Екатеринбург, Челябинск и их производные как маркеры региональной идентичности (на материале Instagram-публикаций губернаторов Свердловской и Челябинской областей) / Е. А. Нахимова, М. В. Никифорова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 4 (88). — С. 61-68. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_04_07.

БЛАГОДАРНОСТИ. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № № 20-412-740014.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобальной информатизации и существующего в современном мире тренда на открытость информационно-коммуникационных систем политический дискурс стремительно меняет свое структурно-

содержательное наполнение, обогащаясь новыми смыслами, сценариями и речевыми формулами. Отвечая на вызовы времени, многие политики создают личные аккаунты в социальных сетях, демонстрируя принципиальную открытость к диалогу и обсуждению,

становясь таким образом ближе к народу. Общение в социальных сетях предполагает, что политик находится в статусе рядового интернет-пользователя, а потому должен общаться с аудиторией на равных, а не с высокой позиции власти. Такого рода трансформация адресантно-адресатных отношений в политической коммуникации призвана способствовать повышению доверия со стороны населения и создавать у людей представление о возможности оказывать реальное влияние на политический процесс и принимаемые политиками решения. В то же время сам политик активно транслирует аудитории те идеи и ценности, которые ему как представителю официальной власти или, напротив, политической оппозиции наиболее выгодны в данном статусе и в данный период времени.

Российские политики, в том числе политики регионального уровня, активно осваивают социальные сети [Кондратьева, Жегло 2018]. По замечанию М. А. Чекуновой, «губернаторские аккаунты в социальных сетях сыграли позитивную роль не только в выстраивании механизмов властно-общественных коммуникаций, но и в еще большей степени в „очеловечивании“ образа власти» [Чекунова 2018: 28]. На сегодняшний день абсолютное большинство губернаторов и глав республик не просто имеют аккаунты в одной или нескольких социальных сетях, но являются активными блогерами, т. е. регулярно размещают на своих страницах разного рода информацию и фотографии. В этой связи медиаагентства создают различные рейтинги руководителей регионов — по количеству подписчиков в социальных сетях, по количеству «лайков» на одну публикацию и др.

Для руководителей регионов сетевая коммуникация, будучи дополнительным каналом связи с населением, становится и особым политическим инструментом — завоевания власти в период выборов и удержания власти в период пребывания в должности главы субъекта Федерации посредством трансляции определенных идей и ценностных установок. Для регионального лидера важным становится правильное позиционирование себя и вверенного ему региона — формирование позитивного представления о регионе, конструирование «образа благополучного и счастливого будущего <...> и некоего „совместного знания“ для консолидации общности» [Чибисова 2017: 74], в основе которого — уникальная региональная идентичность. Последняя, в свою очередь, будучи самобытной и неповторимой, должна органично встраиваться в идентичность общенациональную, не обнаруживая

каких-либо идейных и ценностных противоречий.

В своих предыдущих статьях мы уже обращались к проблеме актуализации региональной идентичности в политическом дискурсе и отмечали, что, поскольку понятие «регион» не имеет строгого определения, человек может связывать свою идентичность с различными по объему реалиями [Никифорова, Нахимова 2020; Чудинов, Никифорова 2020]. В этой связи для руководителей субъектов Федерации важным становится, с одной стороны, найти и транслировать именно «свою» уникальную региональную идентичность, а с другой — не утратить связи с более обширным по территории регионом, внутри которого и формировались под влиянием различных природно-географических и историко-культурных факторов более локальные типы общественного самосознания.

Предлагаемое исследование посвящено сопоставительному анализу средств репрезентации региональной идентичности в индивидуальных дискурсах руководителей двух областей Уральского региона — губернатора Свердловской области Е. В. Куйвашева и губернатора Челябинской области А. Л. Текслера. Цель исследования — посредством интерпретации текстовых смыслов топонимов и их производных (*Урал, уральцы, уральский, Екатеринбург, Челябинск, Танкоград, Магнитка* и др.) выявить ключевые образы и представления, воспроизводящие пространство региональной идентичности жителей Свердловской и Челябинской областей в интернет-дискурсе политиков; последовательно проанализировать общее и различное в транслируемых ключевых смыслах как компонентах конструируемого губернаторами образа региона.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Фактическим материалом для анализа послужили микроблоги политиков в социальной сети «Instagram» за период с марта 2019 г. по февраль 2021 г. Всего было проанализировано 460 постов (293 поста Е. В. Куйвашева и 167 постов А. Л. Текслера), без учета комментариев в галерее и материалов в разделе «Сторис», а также без учета постов-фотографий.

Ключевым методом исследования, используемым при интерпретации текстового материала, послужил когнитивно-дискурсивный анализ в его линвоаксиологическом варианте. В его основе лежит анализ аксиологически заряженных речевых контекстов, «которые позволяют выявить представления

о том, что является для коммуникантов должным, правильным, социально и лично-стно желанным, реконструировать презумпции и установки, которыми руководствуется человек или социальная группа» [Шалина, Пикулева 2016: 123]. В качестве вспомогательных методов исследования использовались лексико-семантический анализ, коллокационный анализ, контекстуальный анализ, метод статистической обработки данных.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Мы исходим из того, что региональная идентичность является собой элемент современной аксиосферы, некую совокупную ценность, которая формируется рядом устойчивых представлений, презумпций и установок и может быть вербализована в дискурсе в виде отдельных суждений или целых текстовых фрагментов [Никифорова, Нахимова 2020: 96]. Для людей важно ощущать себя не только гражданами России, но и уральцами, челябинцами, свердловчанами. Актуализация ценностных оснований региональной идентичности осуществляется как эксплицитно — посредством номинаций, в семантике которых закреплены ценностные смыслы, так и имплицитно — в виде суждений, интерпретация которых позволяет «опознать» отдельные элементы ценности и квалифицировать ценностное отношение. Представляется закономерным, что при целенаправленной, а значит и отчасти манипулятивной эксплуатации определенного образа или идеи в политической коммуникации должны учитываться векторы ценностных предпочтений той аудитории, на которую рассчитаны данный образ или идея.

По мнению специалистов [Астахова 2020; Ильина, Каблуков 2019; Мурзин 2016; Чибисова 2017; Шушарина 2018 и др.], региональная идентичность является понятием комплексным и может рассматриваться через призму входящих в ее состав компонентов (природно-географический, историко-культурный, экономический, социальный и т. д.). Подобная фрагментация столь многогранного феномена, несомненно, важна и необходима, поскольку позволяет выявить и систематизировать не только стабильные, но и подвижные, обновленные под влиянием различных историко-культурных и экономических факторов ценностно-смысловые основания идентичности. Тем не менее мы в своей работе отталкиваемся не от компонентной структуры идентичности, а от топиков дискурса — «общих мест», задающих структуру авторского нарратива. Такой подход призван выявить специфику актуализации пространства региональной идентично-

сти в рамках конкретного текстового материала.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

Сравнительный анализ микроблогов Е. В. Куйвашева и А. Л. Текслера выявил, что ключевым маркером региональной идентичности выступают номинации региона и его жителей. В дискурсе Е. В. Куйвашева это топонимы *Урал* (30 словоупотреблений) и *Свердловская область* (247 словоупотреблений), оттопонимическое обозначение *уральцы* (59 словоупотреблений). Крайне редко политик использует номинации *свердловчане* (два словоупотребления) и географически более точное обозначение *Средний Урал* (два словоупотребления).

Особое внимание обращает на себя применение политиком аксиологически маркированного прилагательного *уральский* (83 словоупотребления, в том числе имена собственные). Примечательно и в то же время закономерно, что большинство коллокаций со словом *уральский* относится к сфере промышленности и бизнеса. Ср.: *уральские предприятия, уральские предприниматели, уральская промышленность, уральские локомотивы, уральский бизнес, уральские инженеры, уральский металл, уральский дизель, уральская железнодорожная техника, уральские мастера, «Уральский дизельный завод», «Уральский приборостроительный завод»* и т. д. Таким образом, в дискурсе губернатора вербализуется идея промышленного характера региона как одного из ключевых ценностно-смысловых оснований идентичности жителей Свердловской области. А регулярные эксплицитные оценки губернатора, четко артикулирующие его позицию в отношении настоящего и будущего региона, позволяют конструировать образ успешной, экономически развитой и привлекательной для инвестиций территории. Ср.: *<...> ведь наш регион — индустриальный, научный, культурный центр России, кузница рабочих и управленческих кадров*. Таким образом, политическое позиционирование Свердловской области в дискурсе губернатора Е. В. Куйвашева происходит с опорой на исторически сложившийся и укоренившийся в сознании жителей образ крупного промышленного региона.

В ряде контекстов оттопонимическое прилагательное *уральский* в публикациях Е. В. Куйвашева усиливает оценочно-ориентирующую функцию главного члена коллокации. Ср.: *Нижний Тагил справедливо называют уральским «танкоградом». На протяжении многих лет здесь создается вооружение, равного которому нет во*

всем мире. Ассоциативные образы, заключенные в содержании слова-символа *танкоград*, актуализируют не только стереотипное представление о Нижнем Тагиле как о городе, «где делают танки», но и историческую значимость города-завода, где создавались танки в период Великой Отечественной войны. Ценностным содержанием слово-символ наделяется во многом благодаря входящей в его состав лексеме *град*, которая вызывает в сознании носителей общероссийской идентичности исторически обусловленные положительно маркированные ассоциации. В сочетании с атрибутивом *уральский* рассматриваемое слово-символ, помимо оценочно-ориентирующей функции, реализует и консолидирующую функцию, порождая в носителях региональной идентичности объединяющее всех чувство гордости — за промышленную мощь региона, за трудовой подвиг и вклад в общенациональную Великую Победу.

Оттопонимическое обозначение *уральцы* также употребляется губернатором преимущественно в позитивно окрашенных контекстах и также выполняет роль интегремы — «аксиологически маркированной номинации ценностей» [Купина 2017: 20]. Ср.: *Демидовские премии выдающимся российским учёным — особая гордость для уральцев. Это самая почётная неправительственная награда в научной сфере. И вручается она традиционно у нас, в Свердловской области*. Особенно активно Е. В. Куйвашев использует обозначение *уральцы* в поздравлениях и обращениях к жителям области. Ср.: *С наступающим Новым годом, дорогие уральцы! Дорогие уральцы, вижу ваше беспокойство по поводу происходящего <...>*. Закономерно, что во многих контекстах лексема *уральцы* сопровождается положительно-оценочным атрибутивом: *талантливые уральцы, перспективные уральцы, выдающиеся уральцы* и др. А использование губернатором оттопонимических обозначений *уральский* и *уральцы* в коллокациях со словами *молодежь, ветераны, пожилые* актуализирует традиционные представления о преемственности и народном единстве.

В дискурсе А. Л. Текслера наиболее частотными являются следующие номинации региона и его жителей: *Челябинская область* (29 словоупотреблений), *Южный Урал* (13 словоупотреблений), *южноуральцы* (23 словоупотребления). Лишь дважды политик использует оттопонимическое прилагательное *южноуральский*: *южноуральская земля, южноуральские спортсмены*.

Анализируя контекстуальное употребление номинаций региона и его жителей в мик-

роблоге А. Л. Текслера, отметим неоднократно подчеркивание этим политиком, что сам он «родился и вырос на Южном Урале», «сам родом из Челябинска». Ср.: ***Я родился и вырос на Южном Урале. Помню, каким он был в моем детстве, как он развивался, когда я приезжал сюда, и вижу, каким стал сегодня. Я принял решение баллотироваться на должность губернатора Челябинской области, потому что хочу, чтобы родной регион становился все лучше, а моим землякам по-настоящему нравилось здесь жить***; Многие спрашивают, кто я есть, откуда, живо интересуются биографией. Очевидно, есть дефицит информации, поэтому отвечаю. Если коротко, ***Челябинск — моя родина. Мария, моя старшая сестра, и я — родились здесь. Отец работал на ЧМЗ, а мама на заводе «Ремстройдормаш». Учился в Челябинске до 16 лет, потом отца пригласили на новую работу на Крайний Север, вместе с родителями переехал в Норильск***. Таким образом, происходит самоидентификация губернатора с жителями вверенного ему региона на основе общей территориальной принадлежности, что призвано автоматически сделать нового губернатора участником круга «своих». В результате территориальной, а значит и ценностно-смысловой самоидентификации политика с жителями Челябинской области происходит его дальнейшее самопозиционирование как руководителя, «изнутри» знающего проблемы региона и пути их решения. Отметим, что А. Л. Текслер приехал в Челябинск в качестве врио губернатора из Москвы, где работал в должности первого заместителя министра экономики. В этой связи, на наш взгляд, многократное акцентирование статуса «своего по праву рождения» позволяет политику избежать навешиваемого журналистами ярлыка губернатора-варяга и, соответственно, отнесения к полюсу «чужих».

Отдельного внимания в дискурсе А. Л. Текслера заслуживает использование политиком неформальных топонимов — народных названий двух крупнейших городов области — Челябинска и Магнитогорска. Ср.: *Челябинску и Магнитогорску будет присвоено звание Городов трудовой доблести! Такое решение только что озвучил Президент России. Наши города, предприятия, люди этого достойны. Вклад Танкограда и Магнитки в Победу огромен. Тысячи южноуральцев, часто женщины и дети, работали день и ночь, чтобы фронт ни в чем не нуждался <...>*. Народные номинации являются важными маркерами региональной идентичности, которые не только несут в сво-

ей семантике исторически обусловленные, важные для жителей региона образы и ассоциации, но и обладают консолидирующим потенциалом, особенно когда употребляются в патриотически заряженных контекстах. Кроме того, для А. Л. Текслера использование в речи неформальных топонимов — условного вербального кода «своих» — служит, на наш взгляд, дополнительным показателем интеграции главы региона с его жителями.

Обозначение *южноуральцы* используется губернатором А. Л. Текслером, как и обозначение *уральцы* губернатором Е. В. Куйвашевым, в поздравлениях и обращениях к жителям региона. Ср.: *Сегодня 87 лет со дня образования Челябинской области. Поздравляю всех южноуральцев!; Уважаемые южноуральцы, давайте не просто обозначать проблемы (зачастую они очевидны), но и предлагать варианты решения! Это наш регион, наш дом!* Кроме того, номинация *южноуральцы* как аксиологически маркированный знак используется в сообщениях информационного и информационно-оценочного характера. Ср.: *В августе южноуральцев ждет много культурно-развлекательных и спортивных мероприятий. Программа разнообразная — гастрономические, исторические и музыкальные фестивали, ярмарки и спортивные состязания; Приложу все усилия, чтобы южноуральцы почувствовали — жизнь налаживается и очень многое зависит только от нас самих.*

Как мы отмечали в своей предыдущей статье [Чудинов, Никифорова 2020], используемые губернаторами топонимические обозначения региона отражают общую тенденцию восприятия данного региона в массовом сознании его жителей. Так, для большинства людей — как жителей Урала, так и в целом для жителей России — Урал мыслится в первую очередь как Свердловская область и Екатеринбург/Свердловск. В этой связи употребление губернатором Е. В. Куйвашевым номинаций «Урал», «уральцы», «уральский» применительно именно к Свердловской области и ее жителям представляется вполне закономерным. Столь же закономерным представляется употребление главой Челябинской области А. Л. Текслером номинаций *Южный Урал* и *южноуральцы*, которые позволяют не только актуализировать геопространственную специфику общественного самосознания жителей Челябинской области, но и в определенном смысле отмежеваться от Урала, «сосредоточенного» в Свердловской области.

Характерно при этом, что топоним Урал (без слова-локализатора *Южный*) и атрибутив *уральский* все же встречаются в микро-

блоге губернатора А. Л. Текслера. Ср.: *Мы — один из немногих регионов России, представленный в лиге двумя клубами. Уверен, что соперничество «Трактора» и «Металлурга» будет и дальше развивать хоккей не только в нашей области, но и на Урале в целом!; На новогодних каникулах всей семьей катаемся на лыжах. Настоящая уральская зима — морозно и очень красиво!* В первом из приведенных контекстов происходит позиционирование региона как значимой части более обширной территориальной единицы — Урала, а во втором — актуализация климатического аспекта как составляющей природной идентификации жителей Уральского региона.

Отметим, что, в отличие от микроблога Е. В. Куйвашева, где ценность уральской природы не артикулируется совсем, в микроблоге А. Л. Текслера, помимо уже упомянутого климатического аспекта, воспроизводится и положительно маркируется ландшафтная составляющая природной идентификации, а именно горы и озера Челябинской области. Ср.: *На Южном Урале больше десятка горнолыжных курортов. На любой вкус: и по протяженности, и по сложности трасс, и по оснежению. <...> это хороший повод освоить новый вид спорта, да и просто выбраться погулять — в горах отличные виды, свежий воздух; Берег знаменитого озера Увильды. <...> Здесь должен быть общественный пляж и зона отдыха. Природные богатства у нас общие.*

Отдельную категорию маркеров региональной идентичности, актуализируемых в публикациях губернаторов, составляют номинации различных по величине населенных пунктов (*Каменск-Уральский, Верхняя Пышма, Верхотурье, Серов, Миасс, Троицк, Уфалей, Копейск* и др.), обозначения знаковых мест на территории областных центров (*Ельцин Центр, конгресс-холл «Екатеринбург-ЭКСПО», Кировка, парк имени Терешковой, сквер «Красного Урала»* и др.), названия и аббревиатуры названий предприятий (*Уралвагонзавод, Уралтрансмаш, ЧМЗ, Усть-Катавский вагоностроительный завод* и др.). Представляется, что используемые губернаторами онимы выполняют не одну лишь номинативную функцию, а также функцию отождествления: читатели, обнаруживая в текстах вербальные знаки «своих», наделяют их ценностным смыслом и отождествляют себя с предлагаемой идентичностью.

Отдельно следует сказать о специфике региональной идентичности, которая проявляется в описании особенностей жителей

Свердловской и Челябинской областей. Показательно, что политиками практически не воспроизводятся стереотипные представления о характере уральцев (например, пресловутые «твердость» и «суровость»), а посредством субъективных положительно-оценочных характеристик проецируются новые смыслы и ценностные установки. Так, жители Свердловской области идентифицируются как *талантливые, умные, креативные, активные* и т. д.; жители Челябинской области — как *интересные, успешные, трудолюбивые, равнодушные, целеустремленные* и т. д. Иными словами, субъективная оценка, произнесенная представителем власти — пусть и в статусе рядового интернет-пользователя — перестает быть собственно оценкой: она объективируется, приобретает характер аксиологической установки, обусловленной современными реалиями и потребностями и призванной выполнять ориентирующую и консолидирующую функции.

Общим для сравниваемых микроблогов является также вербализация положительно-представления об определенных поведенческих моделях жителей территории — экспликация ключевых социальных ценностей, приобретающих в речи представителей власти характер аксиологических установок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предпринятый анализ позволил сделать следующие выводы.

1. Инстаграм-публикации губернатора Свердловской области Е. В. Куйвашева и губернатора Челябинской области А. Л. Текслера отличаются содержательным разнообразием и высокой степенью оценочности, что в целом соответствует требованиям сетевого общения. Арсенал средств оценки, в свою очередь, проецирует ценностную позицию автора публикуемого текста, позволяя аудитории соотнести ее с собственными ценностными установками и ориентирами.

2. Применяемые губернатором А. Л. Текслером маркеры региональной идентичности и их контекстуальное окружение обнаруживают привязку сразу к двум типам общественного самосознания: южноуральской идентичности (принадлежность административно-политической единице) и уральской идентичности (принадлежность территории по физико-географическому признаку и принадлежности к Уральскому федеральному округу). Топонимы и их контекстуальное применение в микроблоге губернатора Е. В. Куйвашева отражают общую тенденцию в восприятии региона в массовом соз-

нании его жителей, когда Свердловская область и Урал отождествляются.


3. Позиционирование Свердловской и Челябинской областей в микроблогах действующих губернаторов осуществляется с опорой на основные идентификационные маркеры региональной идентичности — образ промышленного региона, ценности единства, взаимопомощи и социальной ответственности, ценность исторической памяти и национальной гордости. Новыми ценностно-смысловыми основаниями региональной идентичности в дискурсе каждого из губернаторов становятся социальный комфорт и благополучие жителей региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асташова, О. И. Конструирование региональной идентичности в медиадискурсе: опыт сравнительного анализа / О. И. Асташова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2020. — № 2 (80). — С. 120—133.
2. Ильина, О. В. Практики конструирования уральской идентичности в медиадискурсе Свердловской области / О. В. Ильина, Е. В. Каблуков. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 2 (74). — С. 119—131. — DOI 10.26170/pl19-02-14.
3. Кондратьева, О. Н. Тактика создания «светлого будущего» региона в предвыборном дискурсе Кемеровской области / О. Н. Кондратьева, А. В. Жегло. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 2 (74). — С. 55—61.
4. Купина, Н. А. Аксиологическая доминанта в тексте программной статьи губернатора Свердловской области Евгения Куйвашева «Мобилизация на успех: год 2016» / Н. А. Купина. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2016. — № 1. — С. 20—25.
5. Мурзин, А. Э. Потенциал региональной идентичности в межнациональных отношениях / А. Э. Мурзин. — Текст : непосредственный // Человек в мире культуры. — 2016. — № 1. — С. 59—67.
6. Никифорова, М. В. Актуализация региональной идентичности в индивидуальном дискурсе губернатора Свердловской области Е. В. Куйвашева (на материале программных статей 2014—2019 гг.) / М. В. Никифорова, Е. А. Нахимова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2020. — № 3. — С. 94—103.
7. Чекунова, М. А. «Дискурсивная демократия» и специфика государственно-властного дискурса в условиях развития цифровых коммуникаций / М. А. Чекунова. — Текст : непосредственный // Ценности и смыслы. — 2018. — № 6 (58). — С. 22—48.
8. Чибисова, О. В. Конструирование региональной идентичности районными газетами Хабаровского края / О. В. Чибисова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 10 (76). — С. 73—76.
9. Чудинов, А. П. Вербализация региональной идентичности в политическом дискурсе: Большой Урал — Урал — УрФО — Свердловская область — Екатеринбург / А. П. Чудинов, М. В. Никифорова. — Текст : непосредственный // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности. — Москва : Институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2020. — С. 110—118.
10. Шалина, И. В. К проблеме описания методики лингвоаксиологического анализа (на материале диалогического общения носителей просторечной лингвокультуры) / И. В. Шалина, Ю. Б. Пикулева. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2016. — № 11 (59). — С. 121—132.
11. Шушарина, Г. А. Языковая актуализация региональной идентичности (на материале интернет-ресурсов) / Г. А. Шушарина. — Текст : непосредственный // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. — 2018. — № 1 (4). — С. 224—232.


E. A. Nakhimova

Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

ORCID ID: 0000-0003-4908-632 

M. V. Nikiforova

Ural State Economic University, Ekaterinburg, Russia

ORCID ID: 0000-0002-0635-7065 

 **E-mail:** nakhimova@gmail.com; armada29@yandex.ru.

The Toponyms *Ural*, *Ekaterinburg*, *Chelyabinsk* and Their Derivatives as Markers of Regional Identity (On the Material of Instagram Publications of the Governors of Sverdlovsk and Chelyabinsk Regions)

ABSTRACT. *The present study has been accomplished from the standpoint of the cognitive-discursive approach and is comparative by its nature. The material of the study includes Instagram publications of the Governor of Sverdlovsk Region E. V. Kuyvashev and the Governor of Chelyabinsk Region A. L. Texler for the period from March 2019 to February 2021. The cognitive-discursive analysis in its linguo-axiological version became the key research method used in the interpretation of the textual material. The comparative method, the method of statistical data processing, as well as the method of lexico-semantic, collocation and contextual analyses were used as accompanying and auxiliary research methods.*

The study has revealed that the space of regional identity is reproduced and constructed by the leaders of Sverdlovsk and Chelyabinsk Regions in a number of contexts containing various markers of identity, as well as means of expression of the author's (subjective) modality, projecting the value-based attitude of the subjects of discourse to the reproduced meanings and representations. The key markers of regional identity comprise axiologically marked toponyms and toponymic nominations — “Ural”, “ural'skiy”, “ural'tsy”, “Yuzhnyy Ural”, “yuzhnoural'tsy”, as well as “Ekaterinburg”, “Chelyabinsk”, “Tankograd”, “Magnitogorsk”, etc. Subjective modality is considered in the context of expression of the evaluative (value-based) position of the subject of discourse and reveals itself in the system of means of evaluation and appeal to axiologically marked concepts and toponyms used by the politicians.

In the process of analysis, the authors' thesis that the positioning of the region is based on the main identification markers of regional identity, which include the toponyms “Ural”, “Ekaterinburg”, “Chelyabinsk”, “Tankograd”, “Magnitogorsk” is confirmed.

KEYWORDS: *governors; politicians; regional organs of power; regional identity; region positioning; region image; toponymy; toponyms; Internet; Internet discourse; Internet texts; Internet communication; social networking sites; Internet technologies; Internet publications.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Nakhimova Elena Anatol'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Nikiforova Marina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Business Foreign Language, Ural State Economic University, Ekaterinburg, Russia.*

FOR CITATION: *Nakhimova, E. A. The Toponyms Ural, Ekaterinburg, Chelyabinsk and Their Derivatives as Markers of Regional Identity (On the Material of Instagram Publications of the Governors of Sverdlovsk and Chelyabinsk Regions) / E. A. Nakhimova, M. V. Nikiforova // Political Linguistics. — 2021. — No 4 (88). — P. 61-68. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_04_07.*

ACKNOWLEDGMENTS. *The research was funded by RFBR and Chelyabinsk Region, project number № 20-412-740014.*

REFERENCES

1. Astashova, O. I. Constructing Regional Identity in the Media Discourse: Experience of a Comparative Analysis / O. I. Astashova. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2020. — No 2 (80). — P. 120-133. [Konstruirovaniye regional'noy identichnosti v mediadiskurse: opyt sravnitel'nogo analiza / O. I. Astashova. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2020. — № 2 (80). — S. 120—133]. — DOI 10.26170/pl20-02-13. — (In Rus.)
2. Il'ina, O. V. Practices of Constructing Ural Identity in the Media Discourse of Sverdlovsk Region / O. V. Il'ina, E. V. Kablukov. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2019. — No 2 (74). — P. 119—131. [Praktiki konstruirovaniya ural'skoy identichnosti v mediadiskurse Sverdlovskoy oblasti / O. V. Il'ina, E. V. Kablukov. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2019. — № 2 (74). — S. 119—131]. — DOI 10.26170/pl19-02-14. — (In Rus.)
3. Kondrat'eva, O. N. Tactics of Creation of “a Brighter Future” for the Region in the Pre-election Discourse of Kemerovo Oblast / O. N. Kondrat'eva, A. V. Zhiglo. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2019. — No 2 (74). — P. 55—61. [Taktika sozdaniya «svetlogo budushchego» regiona v predvybornom diskurse Kemerovskoy oblasti / O. N. Kondrat'eva, A. V. Zhiglo. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2019. — № 2 (74). — S. 55—61]. — DOI 10.26170/pl19-02-05. — (In Rus.)
4. Kupina N. A. Axiological Dominant in the Text of the Program Article of the Sverdlovsk Region Governor Evgeny Kuyvashev “Mobilization on Success: Year 2016” / N. A. Kupina. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2016. — No 1. — P. 20—25 [Aksiologicheskaya dominanta v tekste programnoy stat'i gubernatora Sverdlovskoy oblasti Evgeniya Kuyvasheva «Mobilizatsiya na uspekhi: god 2016» / N. A. Kupina. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2016. — № 1. — S. 20—25]. — (In Rus.)
5. Murzin, A. E. Potential of Regional Identity in Interethnic Relations / A. E. Murzin. — Text : unmediated // Man in the World of Culture. — 2016. — No. 1. — P. 59—67. [Potentsial

regional'noy identichnosti v mezhnatsional'nykh otnosheniyakh / A. E. Murzin. — Tekst : neposredstvennyy // Chelovek v mire kul'tury. — 2016. — № 1. — S. 59—67]. — (In Rus.)

6. Nikiforova, M. V. Regional Identity Representation in the Individual Discourse of the Governor of Sverdlovsk Region E. V. Kuyvashev (On the Material of Program Articles of 2014—2019) / M. V. Nikiforova, N. A. Nakhimova. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2020. — No 3 (81). — P. 94—102. [Aktualizatsiya regional'noy identichnosti v individual'nom diskurse gubernatora Sverdlovskoy oblasti E. V. Kuyvasheva (na materiale programnykh statey 2014—2019 gg.) / M. V. Nikiforova, E. A. Nakhimova. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2020. — № 3. — S. 94—103]. — DOI 10.26170/pl20-03-10. — (In Rus.)

7. Chekunova, M. A. “Discursive Democracy” and the Specifics of State-power Discourse in the Context of the Development of Digital Communications / M. A. Chekunova. — Text : unmediated // Values and Meanings. — 2018. — No. 6 (58). — P. 22—48. [«Diskursivnaya demokratiya» i spetsifika gosudarstvenno-vlastnogo diskursa v usloviyakh razvitiya tsifrovyykh kommunikatsiy / M. A. Chekunova. — Tekst : neposredstvennyy // Tsennosti i smysly. — 2018. — № 6 (58). — S. 22—48]. — (In Rus.)

8. Chibisova, O. V. Construction of Regional Identity by Regional Newspapers of the Khabarovsk Territory / O. V. Chibisova. — Text : unmediated // Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. — 2017. — No. 10 (76). — P. 73—76. [Konstruirovaniye regional'noy identichnosti rayonnyimi gazetami Khabarovskogo kraya / O. V. Chibisova. — Tekst : neposredstvennyy // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. — 2017. — № 10 (76). — S. 73—76]. — (In Rus.)

9. Chudinov, A. P. Verbalization of Regional Identity in Political Discourse: Big Urals — Urals — Ural Federal District — Sverdlovsk Oblast — Ekaterinburg / A. P. Chudinov, M. V. Nikiforova. — Text : unmediated // Modern Russian Axiosphere: Semantics and Pragmatics of Identity. — Moscow : Institute of the Russian Language named after A. S. Pushkin, 2020. — P. 110—118. [Verbalizatsiya regional'noy identichnosti v politicheskom diskurse: Bol'shoy Ural — Ural —UrFO — Sverdlovskaya oblast' — Ekaterinburg / A. P. Chudinov, M. V. Nikiforova. — Tekst : neposredstvennyy // Sovremennaya rossiyskaya aksiosfera: semantika i pragmatika identichnosti. — Moskva : Institut russkogo yazyka im. A. S. Pushkina, 2020. — S. 110—118]. — (In Rus.)

10. Shalina, I. V. On the Problem of Describing the Method of Linguoaxiological Analysis (based on the material of dialogical communication of speakers of common linguistic culture) / I. V. Shalina, Yu. B. Pikuleva. — Text : unmediated // Scientific Dialogue. — 2016. — No. 11 (59). — P. 121—132. [K probleme opisaniya metodiki lingvoaksilogicheskogo analiza (na materiale dialogicheskogo obshcheniya nositeley prostorechnoy lingvokul'tury) / I. V. Shalina, Yu. B. Pikuleva. — Tekst : neposredstvennyy // Nauchnyy dialog. — 2016. — № 11 (59). — S. 121—132]. — (In Rus.)

11. Shusharina, G. A. Language Actualization of Regional Identity (based on the material of Internet resources) / G. A. Shusharina. — Text : unmediated // Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev. — 2018. — No. 1 (4). — S. 224—232. [Yazykovaya aktualizatsiya regional'noy identichnosti (na materiale internet-resursov) / G. A. Shusharina. — Tekst : neposredstvennyy // Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishcheva. — 2018. — № 1 (4). — S. 224 — 232]. — (In Rus.)