

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Анастасия Игоревна ДОЛГИХ¹

УДК 81'27

ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ АРКТИЧЕСКОГО ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ САЛЕХАРДА*

¹ аспирант кафедры английского языка,
Тюменский государственный университет
stud003943892@study.utmn.ru; ORCID: 0000-0002-3108-5073

Аннотация

Статья посвящена исследованию виртуального образа арктического города на примере Салехарда. Арктический дискурс широко представлен в современных гуманитарных и социальных исследованиях. Арктика осмысливается как уникальный регион циркумполярной цивилизации, а обеспечение его устойчивого развития представляет стратегически важный национальный интерес в том числе и для процветания непосредственно самих арктических городов, в брендинг и формирование узнаваемого образа которых вкладываются значительные ресурсы. Упомянутые тенденции обуславливают актуальность данной работы. Однако в отечественной научной литературе на данный момент мало представлены исследования, касающиеся изучения формирования, сохранения и развития уникальной идентичности арктических городов России и ее репрезентации в виртуальном пространстве. Это определяет научную новизну исследования.

* Данная статья была представлена как доклад на восьмой молодежной научно-практической конференции «Множественность интерпретаций: анализ данных в социальных и гуманитарных науках» (17 июля 2022 г., Институт социально-гуманитарных наук Тюменского государственного университета).

Цитирование: Долгих А. И. Виртуальный образ арктического города на примере Салехарда / А. И. Долгих // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2022. Том 8. № 4 (32). С. 6-21. DOI: 10.21684/2411-197X-2022-8-4-6-21

Соответственно, цель работы заключается в выявлении ключевых характеристик виртуального образа арктического города на примере Салехарда, столицы Ямало-Ненецкого автономного округа, входящего в Арктическую зону РФ. В качестве метода исследования виртуального образа Салехарда выбран контекстный анализ материалов, полученных из официальной группы администрации города Салехарда в социальной сети «ВКонтакте» методом парсинга с использованием библиотеки VK API за период января — июня 2022 г. В рамках полученных результатов представлены характерные компоненты, формирующие образ арктических городов; дано определение понятию «виртуальный образ города»; с помощью контекстного анализа выявлены ключевые темы, наиболее популярные хештеги и наиболее употребляемые лексемы, определены оценочные и функциональные доминанты сообщений, влияющие на виртуальный образ Салехарда; на основе всего вышперечисленного сформулированы аутентичные характеристики Салехарда как арктического города. В заключении сделаны выводы об особенностях репрезентации арктического дискурса в виртуальном пространстве на примере исследованных данных, рассмотрены контекстные условия создания, развития и продвижения виртуального образа исследуемого города, а также описаны основные компоненты, конструирующие этот образ.

Ключевые слова

Эколингвистика, медийный дискурс, социальные сети, контекстный анализ, виртуальный образ города, российская Арктика, Салехард.

DOI: 10.21684/2411-197X-2022-8-4-6-21

Введение

Исследование аутентичных образов города, транслируемых в виртуальном пространстве, позволяет изучить особенности восприятия жителями городского ландшафта, выявить закономерности в процессах самоидентификации и самопрезентации населения, отследить наиболее востребованные объекты городской инфраструктуры и самые популярные туристические маршруты, а также определить наиболее и наименее благоприятные районы для формирования стратегии управления городом [9, с. 734]. Данная тенденция затрагивает и арктические поселения, являющиеся конструктами с уникальной исторической, географической и социокультурной идентичностью, в которых создание и продвижение запоминающегося виртуального образа является еще и ресурсом для непосредственного выживания города, сохранения населения и привлечения специалистов в конкурентной борьбе с другими городами и регионами, имеющими менее суровые условия жизни. При этом устойчивое развитие российской Арктики, защита ее экосистем и обеспечение арктических городов новейшей наукоемкой инфраструктурой являются стратегически важными национальными интересами нашей страны, которые активно транслируются в том числе через виртуальные каналы [7]. Соответственно, весьма актуальным представляется изучение формирования и репрезентации виртуального образа арктических городов, в нашем случае — на примере Салехарда, расположенного на севере Ямало-Ненецкого автономного округа.

Таким образом, цель данной работы заключается в выявлении ключевых характеристик виртуального образа арктического города на примере Салехарда, столицы ЯНАО, входящего в Арктическую зону РФ. В рамках исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- 1) выявить характерные компоненты, формирующие образ арктических городов;
- 2) дать определение понятию «виртуальный образ города»;
- 3) проанализировать отличительные черты виртуального образа Салехарда как арктического города.

Обзор литературы

Значительный вклад в исследование формирования и репрезентации образа города внес Кевин Линч, признанный классик урбанистики. В книге «The Image of the City» на примере Бостона, Джерси-Сити и Лос-Анджелеса он описывает, как люди воспринимают и запоминают особенности городских пространств [14, с. 19]. Наиболее характерные элементы городского ландшафта, классифицированные как пути, границы, районы, узлы и ориентиры, формируют ментальное представление людей о городе. Подход Линча стимулировал исследования в области пространственного познания, городского дизайна и умной урбанистики и по-прежнему составляет важную основу для анализа городской динамики. Так, Линч собирает образ города из отдельных представлений и ассоциаций, от частей к целому, «снизу вверх».

Альтернативный путь формирования образа города представлен в книге «The City after Chinese New Towns: Spaces and Imaginaries from Contemporary Urban China» за авторством Микеле Бонино, Франчески Говерны, Марии Паоло Репеллино и др. [11, с. 95]. Авторы рассматривают процесс централизованного создания и популяризации образа городских районов Тунчжоу, Чжэндун и Чжаоцин (которые объединяют множество общин разной культуры, вероисповедания и занятий) «сверху вниз», от вышестоящей власти к местным администрациям, от них — непосредственно к жителям и гостям города через различные каналы, в том числе виртуальные, с привлечением локальных блогеров-инфлюенсеров. Здесь жители имеют небольшой вес в принятии градостроительных решений, так как главной целью правительства является максимизация пользы логистического планирования для работы городской инфраструктуры и продуманного расселения жителей.

В статье Цзяньсяня Хуана и его соавторов виртуальный образ тройной агломерации Гданьска, Сопота и Гдыни исследуется на материале сообщений, фотографий и геотегов в социальных сетях [13, с. 17] с последующей интерпретацией в рамках классификации, предложенной Линчем. Авторы выяснили, что анализ публикаций в соцсетях способен обеспечить надежную оценку презентуемых и воспринимаемых образов города. Данные, собранные в виртуальном мире, способны раскрыть особенности восприятия какого-либо места в реальном мире. Активное освещение городской жизни в виртуальном пространстве игра-

ет большую роль в формировании привлекательности города, а также в воссоздании и интерпретации его образов в сознании жителей.

Габриэль Филомена и коллеги рассматривают ключевые элементы Бостона как единицы синтаксиса пространства, формирующие связный контекст [12, с. 15]. Утверждается, что взаимосвязь между внешним пространством и социальными феноменами города является движущей силой пространственного синтаксиса, который формирует когнитивное представление о городе. Сопоставляя информацию об образе города, полученную из книги Линча, современных онлайн-карт (ГИС) и ментальных карт (созданных жителями Бостона) авторы приходят к выводу, что виртуальный образ Бостона должен служить не только практическим логистическим целям, но и отражать современную социальную, культурную, ценностную, потребительскую, досуговую и экологическую динамику развития города.

Что касается исследования образа конкретно арктического города, его можно рассматривать с точки зрения семиотики как «совокупность национальных, социальных, стилевых кодов и текстов», что представлено в работе Е. Ю. Терещенко и З. Ю. Желниной «Визуальный текст арктического города: методы анализа и варианты интерпретации» [5, с. 88]. Авторы рассматривают формирование арктической идентичности города на примере Мурманска, в том числе анализируя интервью с его жителями, а также тематические публикации в социальных сетях и на страницах сайтов. Они приходят к выводу, что в формировании, осмыслении и интерпретации визуального образа города важное значение имеет как целенаправленная политика муниципальных властей, так и вовлеченность самих жителей города.

В целом работы перечисленных авторов раскрывают виртуальный образ города как мультимодальную совокупность языковых, визуальных, аудиальных, культурных, когнитивных и т. д. кодов, опосредованных виртуальными платформами, геоинформационными системами и другими цифровыми технологиями. Используемые авторами методы помогли сформулировать теоретические и методологические рамки для исследования подходов к формированию и анализу виртуального образа арктического города.

Материалы и методы

Исходя из ключевых идей вышеописанных авторов были сформулированы основные подходы к формированию образа города и методы его анализа. К основным способам формирования образа города относятся:

- Формирование образа города из отдельных представлений и ассоциаций горожан и туристов, от частей к целому, «снизу вверх».
- Формирование образа, с одной стороны, городскими сообществами и городским фольклором, с другой стороны — муниципальными и вышестоящими властями.
- Формирование образа города из официальных каналов, «сверху вниз», от вышестоящей власти к местной администрации, от них — к жителям и гостям города.

К наиболее популярным методам анализа виртуального образа города и материалам его исследования можно отнести:

- Анализ Big Data: геотеги, маршруты, чекины, демографическая статистика и т. д.
- Анализ Social Media Data: тексты, хештеги, фотографии, дискурсы, реакции, социальные графы и т. д.
- Анализ Small Data: ментальные карты, видеодневники, пешие экскурсии, интервью, анкетирование и т. д.

В качестве метода исследования виртуального образа Салехарда был выбран контекстный анализ данных, полученных из официальной группы администрации города в социальной сети «ВКонтакте» [2] методом парсинга с использованием библиотеки VK API за период января — июня 2022 г. (проанализированы материалы 1182 публикаций с 01.01.2022 по 25.06.2022).

Изучение путей создания, репрезентации, ассоциации и воспроизведения ключевых аспектов образа города в социальных сетях помогает выявить социально-пространственные паттерны, которые определяют виртуальный образ города и его окрестностей через экстралокальные отношения с людьми и местами из реального мира [15, с. 13].

Кроме того, анализ постов в социальных сетях помогает оценить и понять социальный и культурно-исторический контекст, в котором протекает современная жизнь города, а также объяснить многомерный характер социально-пространственных отношений, формирующих сложную композицию образа города в виртуальном пространстве и его влияние на реальный городской облик и его трансформацию [16, с. 2]. Анализ репрезентации городских пространств и городских сообществ в социальных сетях может стать ключевым фактором в разработке муниципальной политики и реализации проектов, направленных на долгосрочное планирование развития города [15, с. 3].

Метод контекстного анализа позволил нам оценить текст виртуальных публикаций с точки зрения его культурно-исторической укорененности, а также с точки зрения характерных и функциональных особенностей, сформированных, с одной стороны, самими авторами публикаций, а с другой — спецификой виртуальных платформ, на которых размещается текст [18]. Контекстный анализ позиционирует текст в конкретных временных и социокультурных рамках, позволяет выделить оценочные и функциональные доминанты и ответить на ряд ключевых вопросов, среди которых:

- каковы языковые, стилевые и т. д. особенности текста публикаций?
- что текст публикаций говорит о предполагаемой целевой аудитории?
- каковы основные цели создания текста исследуемых публикаций?
- можно ли выделить общие контекстные условия и события, которые значительным образом повлияли на создание и восприятие текста?
- как вышеперечисленные характеристики влияют на формирование виртуального образа города?

Исследование постов в официальной группе администрации города Салехарда в социальной сети «ВКонтакте» подразумевало анализ двух основных типов виртуальной коммуникации:

- 1) от общественного отправителя к общественному получателю. Сюда относятся сообщения, опубликованные от имени группы администрации города, а также репосты из других групп для всех потенциальных читателей (подписчиков и других заинтересованных пользователей социальной сети);
- 2) от личного отправителя к общественному получателю. Сюда следует отнести сообщения публичных лиц (мэра города, политиков и общественных деятелей региона), которые они публикуют на своих личных страницах, а затем эти публикации репостят в официальную группу администрации города Салехарда.

Салехард можно рассматривать как типичного представителя арктических городов, расположенного на Северном полярном круге. В формирование положительного образа, виртуальный брендинг города и поддержание имиджа Салехарда как административного, образовательного, культурного, экономического и логистического арктического центра ЯНАО муниципальными властями, инвесторами и представителями корпораций вкладывается много сил и ресурсов [6, с. 122], в том числе с помощью активного ведения социальных сетей, SMM-продвижения и привлечения местных блогеров [1, 3, 4, 17].

Стоит отметить, что на основе анализа публикаций в группе администрации Салехарда можно получить представление лишь об официальном, идеалистическом образе города, транслируемом «сверху вниз», формируемом в большей степени не горожанами, а местными управленцами для непосредственно жителей, потенциальных гостей и туристов, инвесторов, компаний и вышестоящей власти. Тем не менее данный образ в достаточной мере способен отразить основные закономерности виртуальной репрезентации арктических городов в социальных сетях на конкретном примере Салехарда.

Результаты

К специфическим чертам арктических городов можно отнести следующие географические, экономические, административные, социальные, урбанистические и культурные характеристики [10, с. 5]:

- 1) небольшое по размерам и/или численности население города с ограниченными административными возможностями;
- 2) относительная молодость города;
- 3) особенности планировки и застройки, обусловленные соответствующими строительными стандартами для данных климатических условий;
- 4) географическая изолированность, территориальная компактность;
- 5) инфраструктура опирается на доступность воздушного сообщения и цифровых технологий;
- 6) экономическая зависимость от природных ресурсов;
- 7) основной процент занятого населения и получаемых доходов связан с добычей невозобновляемых ресурсов;

- 8) акцент на краткосрочных выгодах и текущих инвестициях, а не на долгосрочном потенциале;
- 9) необходимость постоянного мониторинга климатических, биоресурсных и других экологических проблем;
- 10) наличие вечной мерзлоты, особенной и/или эндемичной флоры и фауны;
- 11) мультикультурное население, активный приток мигрантов;
- 12) поддержка целостности региональной экосистемы, культурной интеграции коренного населения города и региона.

Сопоставив перечисленные компоненты с реалиями исследуемого города (большинство из которых согласуется с представленным перечнем), можно заключить, что данные черты действительно формируют образ Салехарда как типичного представителя арктических городов. Однако это сопоставление практически не затрагивает специфические социально-пространственные характеристики Салехарда. Более конкретные данные, отражающие его уникальные арктические и урбанистические черты, можно получить, например, из контекстного анализа публикаций в локальных виртуальных сообществах, исследуя текстовые и внетекстовые единицы, опираясь на экстралокальные связи виртуального и реального образа города. В нашем случае проведен контекстный анализ постов из официальной группы администрации города Салехарда в социальной сети «ВКонтакте» [2].

Хештеги можно рассматривать как внетекстовый элемент публикации, служащий не только для продвижения постов и их связи между собой, но и для выделения краткого содержания сообщения, отражения его основной темы и ключевых слов. Наиболее популярными уникальными хештегами в группе администрации Салехарда за период исследования стали следующие (в скобках указано число использований): #АдминистрацияСалехарда (84), #СпортНормаЖизни (49), #СалехардСпорт (42), #ЯмалПомнит (34), #ГодЭкологии (28), #ЧистыйЯмал (23), #Деньоленовода_на_Полярномкруге (26), #ЯНАО (22), #МыВместе (20), #Ямал (20), #Салехард_выходит_на_субботник (19), #ГрантыОтГубернатора (18), #Салехард (16), #Городаменяютсядлянас (15), #Городскаясредавприоритете (14), #ДеньПобеды (11), #ОбразованиеСалехарда (10), #Уютныйямал (9), #Уютныйямал2022 (9), #Yamalsport (8).

На основе использованных хештегов можно выделить несколько основных тематических компонентов репрезентации жизни города, которым уделяется наибольшее внимание: спорт и поддержка здорового образа жизни населения, экология и формирование экологического сознания у горожан, традиции и культура коренных народов города и региона, поддержание исторической памяти и преемственности поколений, благоустройство города и создание уютной и удобной городской среды в северных условиях, а также образование и поддержка молодежных и гражданских инициатив.

Среди перечисленных компонентов, формирующих образ города в социальных сетях, наибольшее число публикаций посвящено образованию и культуре. Транслируется образ Салехарда как активно развивающегося, инновационного,

культурного и образовательного арктического центра. Множество сообщений посвящено национальным и международным исследовательским и культурным проектам в области развития города и региона, например, Школе межэтнической журналистики, Форуму молодых лидеров стран арктического совета ICE, IV Арктическому культурному форуму и конкурсу образовательных кадров ЯНАО «Инновационные технологии в современной образовательной организации».

Также большое количество публикаций освещает тему спорта и здорового образа жизни — активно обсуждается трансформация спортивной инфраструктуры города, жителей города привлекают к участию в спортивных мероприятиях, таких как арктический экстремальный забег «Северный характер. Лето» и сдача норм ГТО, сообщается о проведении международных и локальных спортивных турниров, таких как I Всероссийские Арктические игры.

Неотъемлемой частью образа Салехарда как арктического города является акцент публикаций на экологической обстановке города и региона, защите окружающей среды, экологичном потреблении, добыче невозобновляемых ресурсов, воспитании экологического самосознания населения и т. д. Сообщения посвящены созданию экокласов в школах и проведению экологических проектов (таких как «Будущее Арктики», премия «Экология — дело каждого», различные субботники и мастер-классы) и мероприятий по решению проблем, связанных с добывающей и перерабатывающей отраслью экономики (активно обсуждается заседание комиссии по вопросам охраны окружающей среды, инициативная сессия по сохранению природных достопримечательностей Ямала, таких как мерзлотник под Обдорским острогом).

Также публикации формируют образ Салехарда как мультикультурного города, в котором заботятся о сохранении и развитии национальной культуры малочисленных народов Севера, их языка и наследия. Множество постов рассказывает о мероприятиях, посвященных традиционным занятиям и досугу коренных народов Ямала — праздник День оленевода, выставки изделий традиционных промыслов, смотры национальных ямальских костюмов, гастрономический фестиваль блюд ямальской кухни и т. д. Административно-образовательная сфера представлена такими мероприятиями, как диктант на языках коренных малочисленных народов, кампания по включению жителей округа в список коренных народов РФ, гранты для представителей коренных малочисленных народов Севера и национальных творческих коллективов.

Много внимания уделяется информации о развитии и благоустройстве Салехарда — планам по созданию комфортной городской среды, привлечению участников регионального проекта «Уютный Ямал», продвижению портала «Живем на Севере», ремонту городской инфраструктуры и объектов социально-культурного назначения, сохранению исторических достопримечательностей и формированию современного облика города.

Что касается не представленных популярными хештегами тематик постов, сюда можно отнести публикации, посвященные темам поддержки семьи и организации семейного досуга, здоровьесбережению населения, трансформации

транспортной инфраструктуры и логистики в арктических условиях, экономическому развитию и добыче полезных ископаемых и т. д.

Самыми часто употребляемыми лексемами (единицами, включающими все формы конкретного слова) в виртуальных публикациях стали следующие: год (929), город (897), быть (858), Салехард (856), рубли (629), Ямал (518), билет (478), стоимость (446), работа (436), место (416), проект (412), окружающей (367), сегодня (321), дети (320), школа (300), библиотека (298), Алексей (293), глава (291), снег (278), Титовский (273). При анализе не учитывались предлоги, местоимения и слова короче трех букв.

В постах группы наиболее часто встречаются лексемы со следующими оценочными компонентами: интересный (113), лучший (111), уютный (92), активный (87), чистый (76), веселый (67), комфортный (52), безопасный (30), любимый (30), успешный (29), яркий (27), уникальный (27), полезный (23), красивый (21), отличный (20). В большинстве случаев данные оценочные доминанты использованы в контексте создания виртуального образа Салехарда как

- 1) досугового, образовательного и в целом самого передового центра российской Арктики и российского Севера с активным населением и насыщенной городской жизнью, в котором происходит постоянный приток экономических и профессиональных ресурсов;
- 2) комфортного и приятного для проживания и создания семьи города, который активно развивается и в трансформации которого может принять участие любой заинтересованный человек благодаря поддержке гражданских инициатив;
- 3) столицы арктического региона с выдающимся природным, культурным и историческим наследием, богатствами которого являются не только полезные ископаемые и уникальные экосистемы, но и человеческий капитал его жителей.

Также можно выделить три основные группы функциональных доминант, присутствующих в публикациях группы:

- 1) репрезентативная — освещение жизни города и горожан, информирование о происходящих в ней изменениях;
- 2) экспрессивная — формирование у читателя благоприятного отношения к городу сообщениями, в которых преобладают положительные оценочные доминанты относительно Салехарда, его инфраструктуры, населения, муниципальных властей, мероприятий и т. д.;
- 3) апеллятивная — выражена обращениями управленцев, политиков и общественных деятелей к подписчикам группы (горожанам, туристам) с целью повлиять на их поведенческие установки и стратегическое управление городом.

Стоит упомянуть о топонимической идентификации Салехарда. Так, среди всех рассмотренных публикаций встречаются следующие топонимические единицы принадлежности города к определенному региону: Ямал и производные от него (430), Север и его производные (165), Полярный круг и производные от

него (107), Арктика ее производные (83). Географическая принадлежность Салехарда к данным регионам отражена в тематике и названии мероприятий, в названиях проводящих их организаций (эргонимах), а также в названиях внутригородских объектов (урбанонимах).

Также узнаваемый для восприятия, представления, ассоциирования и репрезентации образ Салехарда формируется такими широко используемыми в виртуальных публикациях топонимическими эпитетами и перифразами, как «Наш город на Полярном круге», «Северный характер», «Память Севера», «Столица Ямала», «Живем на Севере», «Уютный Ямал», «Будущее Арктики», «Арктический вызов», «Зеленая Арктика», «Семья Арктики» и т. д.

Активная трансляция положительного имиджа города и популяризация локальных брендов налажена через официальные социальные сети и публикации местных и региональных блогеров, что также вносит вклад в мультимодальную совокупность кодов, формирующих виртуальный образ Салехарда.

Обсуждение

Анализируя пути формирования образа Салехарда в группе администрации города, можно говорить о смешанном подходе к данному процессу. С одной стороны, как и в работе М. Бонино и др. [11], мы видим, что основные компоненты конструирования необходимого привлекательного образа спускаются муниципальным управленцам от вышестоящей власти и других заинтересованных лиц, отражая их личные, корпоративные и национальные интересы в развитии и обогащении города и всего ямальского региона. При этом нельзя отрицать ключевое влияние главного — экономического — фактора на продвижение локальных брендов, поддержание положительного имиджа города и сохранение его идентичности. Неудивительно, что при анализе наиболее употребляемых лексем в постах группы в десятку самых популярных вошли две, связанные с финансами и инвестициями. Н. Г. Федотова предполагает, что

«...высокий уровень жизни будет определять и степень привязанности к городу», а «с точки зрения экономики, городская идентичность призвана продуцировать привлекательный образ, способный влиять на развитие туризма и улучшение инвестиционного климата» [8, с. 13].

С другой стороны, как и в исследовании Е. Ю. Терещенко и З.Ю. Желниной [5], мы видим репрезентацию элементов городской идентичности и локального культурного наследия через официальные виртуальные каналы. При таком подходе образ Салехарда формируется, с одной стороны, муниципальными и вышестоящими властями, а с другой стороны — местным фольклором и городскими сообществами.

В дальнейшем при исследовании идентичности арктических городов и ее репрезентации в виртуальном пространстве хотелось бы изучить более комплексную картину, в том числе относительно Салехарда, с привлечением мультиплатформенных данных, созданных самими горожанами и туристами. Информация,

полученная из совокупности отдельных субъективных восприятий через фотографии городского ландшафта, селфи, комментарии и посты пользователей расширит сложившийся образ арктического города, конструируемый муниципальными властями, которые зачастую в официальных группах избегают публикации негативных новостей и освещения локальных проблем. При таком подходе многие значимые урбанистические доминанты не находят отражения в интернет-пространстве, ограничивая виртуальный образ города относительно его реального образа. Представление Салехарда в официальных социальных сетях можно назвать нарочито идеализированным, привлекающим и интригующим туристов, балансирующим на грани между современным развитым городом и наследником непокорной арктической природы и аутентичной культуры.

В целом междисциплинарный подход в исследовании образа арктических городов и трансформации их идентичности с применением лингвистических и компьютерных методов вносит значительный вклад в арктический дискурс.

Заключение

На основе результатов контекстного анализа данных, полученных из официальной группы администрации Салехарда «ВКонтакте», были сформулированы следующие выводы:

- Несмотря на то, что в сообщениях преобладает официально-деловой и публицистический стиль, в текстах активно используются средства художественной выразительности (эпитеты, метафоры, перифразы), формирующие у читателей устойчивые ассоциации с конкретными характеристиками Салехарда. Регулярное упоминание локальных топонимических идентификаторов вносит вклад в продвижение бренда города и повышает у туристов степень узнаваемости города, а у горожан — степень привязанности к месту их проживания.
- Что касается целевой аудитории публикуемых сообщений, то в большинстве случаев тексты адресованы именно горожанам, так как их содержание затрагивает информацию о внутренней жизни города, актуальной для местного населения. Также достаточно много постов, в которых формируется положительный для привлечения потенциальных туристов, инвесторов и специалистов образ Салехарда. Все перечисленные группы могут считаться целевой аудиторией публикаций.
- Проанализировав основные оценочные и функциональные доминанты сообщений, можно заключить, что ключевыми целями публикаций являются: освещение новостей о повседневной жизни городских сообществ, о трансформации городской инфраструктуры и о других значимых событиях; формирование положительного имиджа города и продвижение локальных брендов; сохранение самобытного историко-культурного городского наследия и поддержание различных форм локальной идентичности, являющейся движущей силой в развитии Салехарда. Всё перечисленное создает фундамент для формирования запоминающегося виртуального и реального образа города.

- К общим контекстным условиям, которые значительным образом повлияли на создание и восприятие сообщений группы, можно отнести затрагиваемые в публикациях арктические, экологические, культурные и др. дискурсы и их взаимосвязи, а также широкий круг политических, социальных, экономических и географических идентификаторов, характеризующих социально-пространственные и этнолокальные реалии города Салехарда. Также к контекстным условиям можно отнести возможности и ограничения функционала социальной сети «ВКонтакте», данные из которой были использованы для исследования.
- Все вышеперечисленные аспекты репрезентуют арктический дискурс и арктическую идентичность города в виртуальном пространстве, а также формируют виртуальный образ Салехарда, с одной стороны, опираясь на общие неспецифичные черты арктических городов, среди которых можно выделить географические (изолированность, компактность, особенности климата, флоры и фауны), экономические (сфокусированность на природных ресурсах), социальные (особенности самоидентификации населения и его социальные паттерны), урбанистические (специфика логистики, планировки) и культурные (мультикультурность, полиэтничность и многоконфессиональность населения); а с другой стороны, основываясь на совокупности уникальных элементов локальной идентичности города, определяющих его как преемника наследия Ямала, российского Севера, Полярного Круга и российской Арктики. Реальный образ исследуемого города зачастую глубже раскрывается через элементы его виртуального образа, который представляет собой открытую для восприятия и интерпретации систему кодов, опосредованных цифровыми технологиями. В случае Салехарда формирование необходимого виртуального образа города позволяет муниципальным властям влиять на стратегическое управление регионом и поведенческие установки населения, развивать локальный туризм, привлекать в город новые инвестиции и компании. В виртуальном пространстве Салехард предстает как активно развивающийся научный, экономический, культурный и образовательный арктический центр, при этом сохраняющий и продвигающий местное историческое и культурное наследие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О жизни молодежи на Крайнем Севере // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/yamal-sergeyserotetto> (дата обращения: 25.06.2022).
2. Официальная группа Администрации Салехарда // ВКонтакте. URL: https://vk.com/salekhard_adm (дата обращения: 25.06.2022).
3. Первый фуд-блогер Ямала // ВКонтакте. URL: https://vk.com/djafar_saitov (дата обращения: 25.06.2022).

4. Региональный бренд «Сделано на Ямале» зарегистрирован в Роспатенте // Официальный сайт правительства ЯНАО. URL: <https://old.yanao.ru/presscenter/news/91546/> (дата обращения: 25.06.2022).
5. Терещенко Е. Ю. Визуальный текст арктического города: методы анализа и варианты интерпретации / Е. Ю. Терещенко, З. Ю. Желнина // Общество: философия, история, культура. 2020. № 4 (72). С. 87-93. DOI: 10.24158/fik.2020.4.16
6. Тиханова Е. В. Динамика границ региона как основа конструирования идентичности малого города / Е. В. Тиханова // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: Материалы международной научно-практической конференции (28-29 марта 2013, Россия, Екатеринбург) Екатеринбург: УрФУ, 2013. С. 118-123.
7. Указ Президента Российской Федерации от 05.03.2020 № 164 «Об Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202003050019> (дата обращения: 15.07.2022).
8. Федотова Н. Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты / Н. Г. Федотова // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20 (3). С. 32-49.
9. Al-Ghamdi S. A. Rethinking Image of the City in the Information Age / S. A. Al-Ghamdi, F. Al-Harigi // Procedia Computer Science. 2015. No. 65. Pp. 734-743. DOI: 10.1016/j.procs.2015.09.018
10. Berman M. Measuring Progress toward Urban Sustainability: Do Global Measures Work for Arctic Cities? / M. Berman, R. W. Orttung // Sustainability. 2020. No. 12 (9): 3708. Pp. 1-14. DOI: 10.3390/su12093708
11. Bonino M. The City after Chinese New Towns: Spaces and Imaginaries from Contemporary Urban China / edited by M. Bonino, F. Governa, M. P. Repellino. Basel: Birkhäuser, 2019. 240 p.
12. Filomena G. A computational approach to “The Image of the City” / G. Filomena, J. Versteegen, E. Manley // Cities. 2019. No. 89. Pp. 14-25.
13. Huang J. The image of the City on social media: A comparative study using “Big Data” and “Small Data” methods in the Tri-City Region in Poland / J. Huang, H. Obracht-Prondzynska, D. Kamrowska-Zaluska, Y. Sun, L. Li // Landscape and Urban Planning. 2021. No. 206 (3): 103977. Pp. 1-19. DOI: 10.1016/j.landurbplan.2020.103977
14. Lynch K. The image of the city / K. Lynch. Cambridge: MIT Press, 1960. 208 p.
15. Shelton T. Social media and the city: Rethinking urban socio-spatial inequality using user-generated geographic information / T. Shelton, A. Poorthuis, M. Zook // Landscape and Urban Planning. 2015. No. 142. Pp. 198-211. DOI: 10.1016/j.landurbplan.2015.02.020
16. Shen Y. Crowd-Sourced City Images: Decoding Multidimensional Interaction between Imagery Elements with Volunteered Photos / Y. Shen, Y. Xu, L. Liu // ISPRS International Journal of Geo-Information. 2021. No. 10 (11): 740. Pp. 1-22. DOI: 10.3390/ijgi10110740
17. Syrovatskiy | Проямал // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/syr0vatskiy> (дата обращения: 25.06.2022).
18. Using Contextual Analysis to evaluate texts // University of Nebraska-Lincoln Official Website. URL: <https://english.unl.edu/sbehrendt/StudyQuestions/ContextualAnalysis.html> (дата обращения: 15.07.2022).

Anastasiia I. Dolgikh¹

UDC 81`27

A VIRTUAL IMAGE OF AN ARCTIC TOWN (THE CASE STUDY OF SALEKHARD)*

¹ Postgraduate Student, Department of English, University of Tyumen
stud003943892@study.utmn.ru; ORCID: 0000-0002-3108-5073

Abstract

The paper is concerned with a virtual image of an Arctic town as exemplified by Salekhard. Arctic discourse is extensively researched in contemporary humanities and social studies. The Arctic is being conceptualized as a unique region of circumpolar civilization, and its sustainability is considered a national issue of strategic importance, particularly in terms of the prosperity of Arctic towns, which have received a significant investment to shape their brands and identities. The above-mentioned trends are key to understanding the relevance of the study. However, few Russian researchers have previously dealt with the issues of shaping, preserving, and developing Russian Arctic towns' unique identity and representation in a virtual space. This paper seeks to contribute to this area of research.

Hence, the paper is aimed at identifying key characteristics of an Arctic town's virtual image as represented by Salekhard, the administrative centre of the Yamalo-Nenets Autonomous Okrug located in the Arctic zone of the Russian Federation. To explore Salekhard's virtual image, the author has adopted a contextual analysis of data retrieved from January to June 2022 through parsing the official community of Salekhard's municipality administration on the social networking service VK (VKontakte) facilitated by VK API. In terms of the study's findings, the specific components shaping the image of Arctic towns are presented; the notion of 'a town's virtual image' is defined; key topics, most popular hashtags and most frequent

* This article was presented as a paper at the 8th Research Conference "Conference on Text Interpretation: Data Analysis in the Social Sciences and Humanities" (17 July 2022, Institute of Social Sciences and Humanities, University of Tyumen).

Citation: Dolgikh A. I. 2022. "A virtual image of an Arctic town (the case study of Salekhard)". Tyumen State University Herald. Humanities Research. Humanitates, vol. 8, no. 4 (32), pp. 6-21. DOI: 10.21684/2411-197X-2022-8-4-6-21

lexemes are revealed by means of contextual analysis; evaluative and functional dominants of VK posts that affect Salekhard's image are identified; building upon this, authentic features of Salekhard as an Arctic town are outlined. In conclusion, emphasis is placed on peculiar features of the representation of Arctic discourse in a virtual space based on the explored data, contextual conditions of shaping, developing and promoting the town's virtual image, and major components that constitute this image.

Keywords

Ecolinguistics, media discourse, contextual analysis, a town's virtual image, Russian Arctic, Salekhard.

DOI: 10.21684/2411-197X-2022-8-4-6-21

REFERENCES

1. Youth's Life in the Far North. <https://vk.com/yamalsergeyserotetto> [In Russian]
2. The Administration of Salekhard: official community. https://vk.com/salekhard_adm [In Russian]
3. The First Yamal Food Blogger. https://vk.com/djafar_saitov [In Russian]
4. The Regional Brand 'Made in Yamal' registered at Rospatent. <https://old.yanao.ru/presscenter/news/91546/> [In Russian]
5. Tereshchenko Ye. Yu., Zhelning Z. Yu. 2020. "A Visual Text of an Arctic Town: Methods of Analysis and Variations of Interpretation". *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kultura*, no. 4 (72), pp. 87-93. [In Russian]
6. Tikhanova Ye. V. 2013. "The Dynamics of Regional Borders as a Basis for the Constitution of a Town's Identity". In: *Brending malykh i srednikh gorodov v Rossii: opyt, problrmy, perspektivy*. Materials of the international research and training conference, 28th — 29th March 2013, pp. 118-123. Ekaterinburg: UrFU.
7. Decree of the President of the Russian Federation No 164 of 3 March 2020 "On Basic Principles of Russian Federation State Policy in the Arctic to 2035". <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202003050019> [In Russian]
8. Fedotova N. G. 2017. "Shaping a Town's Identity: Factor and Institutional Aspects". In: *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, no. 20 (3), pp. 32-49. [In Russian]
9. Al-Ghamdi S. A., and Al-Harigi F. 2015. "Rethinking Image of the City in the Information Age". *Procedia Computer Science*, no. 65, pp. 734-743.
10. Berman M., and Orttung R. W. 2020. "Measuring Progress toward Urban Sustainability: Do Global Measures Work for Arctic Cities?". In: *Sustainability*, no. 12 (9), 3708, pp. 1-14.
11. Bonino M. 2019. *The City after Chinese New Towns: Spaces and Imaginaries from Contemporary Urban China*. Ed. by M. Bonino, F. Governa, M. P. Repellino. Basel: Birkhäuser.
12. Filomena G., Verstegen J., and Manley E. 2019. "A computational approach to "The Image of the City"". *Cities*, no. 89, pp. 14-25.
13. Huang J., Obracht-Prondzyska H., Kamrowska-Zaluska D., Sun Y., and Li L. 2021. "The Image of the City on Social Media: a comparative study using "Big Data" and "Small Data" methods in the Tri-City Region in Poland". *Landscape and Urban Planning*, no. 206 (3), art. 103977, pp. 1-19.

14. Lynch K. 1960. *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press.
15. Shelton T., Poorthuis A., and Zook M. 2015. "Social Media and the City: Rethinking Urban Socio-Spatial Inequality Using User-Generated Geographic Information". *Landscape and Urban Planning*, no. 142, pp. 198-211.
16. Shen Y., Xu Y., and Liu L. 2021. "Crowd-Sourced City Images: Decoding Multidimensional Interaction between Imagery Elements with Volunteered Photos". *ISPRS International Journal of Geo-Information*, no. 10 (11), 740, pp. 1-22. DOI: 10.3390/ijgi10110740
17. Syrovatskiy | ProYamal. <https://vk.com/syrOvatskiy>. [In Russian]
18. Using Contextual Analysis to Evaluate Texts. University of Nebraska-Lincoln Official Website. Retrieved from: <https://english.unl.edu/sbehrendt/StudyQuestions/ContextualAnalysis.html>