

Научная статья

УДК 070

EDN MDCAOM

DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(1).137-149



Представление символического капитала Аркаима в поликодовом медиатексте

Симакова С.И. 

Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация,
simakovi@mail.ru

Аннотация. Информация в массмедиа XXI в. может быть представлена разными способами, причем безотносительно самого предмета, который она описывает. Наиболее актуальной технологией представляется использование поликодового медиатекста, сочетающего вербальные компоненты, фотографии, аудио, видео и другие аудиовизуальные средства. Статья отражает важность корректного представления археологического памятника Аркаим как элемента символического капитала. В качестве примера поликодового медиатекста рассматривается фильм «Аркаим. Колесница времени», выполненный в научно-популярном формате. Статья опирается на опрос, проведенный группой исследователей Челябинского государственного университета во время научных экспедиций на Аркаим. В ходе подготовки статьи проведено анкетирование, результаты которого свидетельствуют о том, что представители обоих полов и разных возрастных категорий, посмотревшие тизер фильма, проявили заинтересованность в получении большей информации об Аркаиме. При этом полидискурсивность данного фильма, объединяющего элементы консервативной науки и более гибкой журналистики, вызывает противоречия, потенциально являющиеся поводом для конфликтных ситуаций между журналистами и учеными. Это провоцирует дискуссии вокруг фильма. В целом же рассмотренный научно-популярный фильм представляет собой удачный пример поликодового медиатекста, использующий визуальные, аудиальные и вербальные элементы. Фильм создает многогранное представление о памятнике, его значении и важности для культурной идентичности, формируя таким образом символический капитал места. Данный подход позволяет не только расширить знания целевой аудитории об Аркаиме, но и способствует его сохранению и популяризации среди новых поколений, а также формированию положительного образа Челябинской области.

Ключевые слова. Аркаим, поликодовый медиатекст, символический капитал, символический капитал территории, «Аркаим. Колесница времени».

Финансирование. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с органами власти Челябинской области) № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098>, проект «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)».

Информация о статье. Дата поступления 11 ноября 2024 г.; дата поступления после доработки 23 декабря 2024 г.; дата принятия к печати 25 декабря 2024 г.; дата онлайн-размещения 31 марта 2025 г.

Для цитирования. Симакова С.И. Представление символического капитала Аркаима в поликодовом медиатексте / С.И. Симакова. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(1).137-149. — EDN MDCAOM // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 1. — С. 137–149.

Original article

Presentation of the Symbolic Capital of Arkaim in a Polycode Media Text

Svetlana I. Simakova 

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation, simakovi@mail.ru

Abstract. Information in the mass media of the 21st century can be presented in different ways. Moreover, regardless of the subject it describes. The most relevant technology seems to be the use of a polycode media text, combining verbal components, photographs, audio, video and other audiovisual means. The article reflects the importance of a correct presentation of the archaeological Monument of Arkaim as an element of symbolic capital. The film "Arkaim. The Chariot of Time", made in the popular science format, is considered as an example of a polycode media text. The article is based on a survey conducted by a group of researchers from the Chelyabinsk State University during scientific expeditions to Arkaim. In the course of preparing the article, a questionnaire was conducted, the results of which indicate that representatives of both sexes and different age categories who watched the teaser of the film showed interest in receiving more information about Arkaim. At the same time, the field discursivity of this film, which combines elements of conservative science and more flexible journalism, causes contradictions, potentially becoming a reason for conflict situations between journalists and scientists — this provokes discussions around the film. In general, the popular science film under consideration is a successful example of a polycode media text, using visual, audio and verbal elements. The film creates a multifaceted idea of the monument, its meaning and importance for cultural identity, thus forming the symbolic capital of the place. This approach allows not only to expand the target audience's knowledge of Arkaim, but also contributes to its preservation and popularization among new generations, and also contributes to the formation of a positive image of the Chelyabinsk region.

Keywords. Arkaim, polycode media text, symbolic capital, symbolic capital of the territory, "Arkaim. Chariot of Time".

Funding. The study was supported by the Russian Science Foundation and Chelyabinsk region, № 23-18-20098, <https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/>, project "Materialized Identity: Constructing Memory from a Socio-Economic Perspective (Using the Example of the Archaeological Monument of Arkaim)".

Article info. Received November 11, 2024; revised December 23, 2025; accepted December 25, 2025; available online March 31, 2025.

For Citation. Simakova S.I. Presentation of the Symbolic Capital of Arkaim in a Polycode Media Text. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 1, pp. 137–149. (In Russian). EDN: MDCAOM. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(1).137-149.

Введение

Вопросам формирования положительного имиджа Челябинской области сегодня уделяется значительное внимание представителей власти, СМИ, ученых. Жители региона как правило негативно оценивают Челябинск и связанные

с ним образы. В первую очередь это обусловлено экологическими проблемами и промышленно-индустриальными особенностями региона [1, с. 171]. Л.Б. Зубанова отмечает, что «устойчивая тенденция освещения (в СМИ) экологической повестки преимущественно в негатив-

ном свете, приводит к ухудшению имиджа Челябинской области, понижению ее инвестиционной привлекательности, росту депрессивных настроений жителей» [2, с. 341]. При этом она уверена, что изменение ситуации возможно с помощью просветительских проектов, демонстрации опыта реализации позитивных экологических инициатив [2, с. 341]. В связи с этим формирование положительных ассоциаций, связанных с Челябинском и Челябинской областью, является одной из важных задач региональной власти. Правительство много внимания уделяет корректировке имиджа Челябинской области как антиэкологичной столицы России. Так, губернатор региона А.Л. Текслер, выступая на Петербургском экономическом форуме в 2021 г, отметил, что для этого не только осуществляется активная работа с массмедиа, но и организуются конкретные мероприятия: вводится программа экологического мониторинга, подписываются соглашения с ведущими предприятиями о снижении выбросов, реализуется программа природоохранной деятельности (<https://tass.ru/obschestvo/11543647>). Для улучшения имиджа Челябинской области А.Н. Чумиков предлагает введение альтернативного брендинга региона, где «природные чудеса» и «белые технологии» противостоят старому промышленному производству [3]. Альтернативой устоявшимся негативным коннотациям Челябинской области как региона с плохой экологической обстановкой может стать, в том числе, Аркаим, вызывающий совокупность положительных ассоциаций (природных, исторических и в том числе мистических).

Аркаим — это уникальный археологический комплекс, расположенный на Южном Урале и представляющий собой памятник бронзового века. Этот объект имеет не только археологическую, но и культурно-социальную значимость, так как он стал символом идентичности и на-

следия для нескольких поколений. В последние десятилетия Аркаим активно описывается в различных медиатекстах, что открывает возможности для анализа символического капитала данного объекта в контексте изучения поликодовых (или мультимедийных) форматов.

Цель данного исследования — выявить специфику представления символического капитала Аркаима в поликодовом медиатексте с учетом восприятия археологического памятника рядовыми посетителями. Поликодовость как наиболее оптимальный способ репрезентации Аркаима обусловлен прежде всего необходимостью его представления как целого и цельного комплекса — истории, традиций, археологических памятников и ритуалов, в том числе мистических.

Аркаим с момента открытия является важной частью Челябинской области и ее образа в медиапространстве, который включает: публикации в СМИ, упоминания на телевидении, тематические ролики в интернете. Упоминания об археологическом памятнике, который является частью визуальной культуры региона, привлекают не только туристов из нашей страны и из-за рубежа, а также инвесторов и представителей СМИ. В результате повышается узнаваемость и значимость места его расположения. В свою очередь повышение значимости Челябинской области в медийном поле способствует формированию и укреплению чувства патриотизма челябинцев по отношению к своей малой родине.

Символический капитал Аркаима

Вопросам исследования символического капитала посвящен ряд исследований [4–9]. В рамках нашей статьи мы, вслед за Н.Г. Федотовой, под символическим капиталом будем понимать совокупность значимых элементов территориальной среды, которые обеспечивают локальному месту известность, престиж и доверие различных социальных групп [10, с. 144].

То есть символический капитал может быть определен как совокупность ценностей, знаний и представлений, которые связывают индивидов и сообщества с определенными культурными, историческими и этническими контекстами. Ученые отмечают важную роль символического капитала в формировании городской идентичности, так как он может стать «потенциалом для накопления и формирования новых символических ресурсов территории, которые, в свою очередь, станут основой для ее преобразования» [11, с. 45]. В качестве критериев классификации ресурсов символического капитала можно использовать знаки и символы, образы территории и архетипы [12]. Понимая особенности символического капитала, «можно прогнозировать поведение индивидуумов и наций, просчитывать риски от принимаемых решений, осуществлять переностройку отдельно взятых общностей, закладывая нужные, позитивные векторы развития, а также противодействовать попыткам злонамеренного воздействия на символический капитал извне» [13, с. 271]. Все это позволяет рассматривать символический капитал как инструмент продвижения территории.

Символический капитал Аркаима формируется благодаря следующим компонентам.

1. Археологическая ценность: находки и исследования, которые содержат уникальные сведения о жизни людей в бронзовом веке.

2. Культурная идентичность: это часть национальной истории и фольклора, вызывающий интерес как исследователей, так и широкой аудитории.

3. Туристическая привлекательность, усиливающая его символическое значение как места исторической памяти.

Восприятие Аркаима связано с архетипичными образами («истоки цивилизации», «память о прошлом»), магическими и эзотерическими практи-

ками («место паломничества», «энергетическая связь с тайнами прошлого»), прагматическими инструментами маркетинга и имиджем территории (узнаваемость, туристическое продвижение, экономическое развитие) [14, с. 68].

При определенных действиях, включающих: маркетинг, работу с медиа, вовлечение в культурную повестку, продвижение формулы «Южный Урал — край мастеров», органичной частью которой является Аркаим, — он «может обрести символическую силу, способную позитивно трансформировать имидж региона, сделать Челябинскую область более заметной на карте глобального мира» [15, с. 9].

Сложности с формированием символического капитала Аркаима связаны с такой составляющей его имиджа как «место силы», а не с восприятием его как археологического научного памятника, которое сформировалось в 2000-е гг. Описывая этот феномен, А.Р. Медведева отмечает, что в последнее время в СМИ упоминания Аркаима редко используются в эзотерическом дискурсе, больший упор делается на освещении культурных мероприятий в заповеднике, политической повестки, природной проблематики, туристических аспектов [16, с. 101]. Тем не менее это входит в некое противоречие с практикой освоения Аркаима туристами. Так, Л.Б. Зубанова, описывая практики освоения пространства в Аркаиме, отмечает большую роль эзотерики: более 61,9 % опрошенных приезжают в Аркаим, чтобы напитаться целительной энергией места [17, с. 287].

Результаты наблюдений позволяют убедиться, что самые популярные ритуалы на Аркаиме — это создание импровизированных «жертвенных» алтарей; практики медитации; восхождения на горы; хождения по выложенным на вершинах гор спиральям, зачастую с поднятыми к солнцу руками. Репрезентация символического капитала Аркаима тре-

бует полимодального подхода, то есть необходимо учитывать специфику погружения в ритуальные практики, при которых задействуются разные способы восприятия и различные средства коммуникации с природой, мастером и другими участниками. Неслучайно исследователи Л.Б. Зубанова и Д.Г. Киселев на основе наблюдений и интервью указывают на особую роль использования камней для создания сооружений, имитирующих мегалитические конструкции в миниатюре, и завязывания ленточек [17; 18].

Описывая феномен Аркаима, М.В. Загидуллина отмечает, что он является местом с усложненной «двуполярной» моделью: «оказывается в зоне самых разных интересов и потребностей, которые не исчерпываются линейной моделью “научно-ненаучно”» [19, с. 229]. Эта особенность, по мысли А.В. Сафонова и И.В. Топчий, обуславливает потенциал Аркаима «в качестве цельного, сложного, содержательного и многоаспектного феномена», но при этом «создает объективные сложности в процессе его публичной презентации» [20, с. 110].

Поликодовое представление Аркаима в медиатексте

Поликодовые медиатексты используют разнообразные знаковые системы — вербальные, визуальные элементы, звук, движение и т.д. — особенное внимание уделяется фотографии: исследователи обращают внимание на важность уникальности фотографии для формирования оригинального контента [21]. В поликодовый медиатекст могут входить любые невербальные средства коммуникации: видеоматериалы, анимационные изображения, диаграммы, инфографики, аудио и т.д. Вербальные компоненты в поликодовом тексте могут быть визуализированным компонентом: выделяться цветом, начертанием шрифта и т.п.: «Для того, чтобы такие коды функционировали, и текст можно было назвать поликодо-

вым, коды в составе единого текста должны так же, как и другие элементы текста, выполнять коммуникативную функцию, соответствовать коммуникативной ситуации» [22, с. 1032].

В теме Аркаима поликодовые медиатексты могут быть представлены в различных форматах.

1. Документальные фильмы как аудиовизуальный формат позволяет передать атмосферу места, его археологическую значимость и культурный контекст. Исследователи указывают на то, что тема Аркаима богато представлена в документальных фильмах. Так, анализируя ролики об Аркаиме на *YouTube*, С.А. Панюкова отмечает, что авторы роликов формируют образ Аркаима как важного исторического и археологического достояния, хотя аргументация у авторов разная [23, с. 155].

2. Научные статьи и блоги: текстовые описания, дополненные фотографиями находок и картами, помогают создать представление о значении Аркаима. Это публикации в научных источниках, средствах массовой коммуникации. При этом, если в научных источниках ожидаемо представлена достоверная информация об Аркаиме, то в текстах СМИ и блогах дело обстоит сложнее: «пользователи чаще всего делятся подборкой научных и псевдонаучных <...> фактов по заявленной теме», а образ Аркаима представлен как «смесь мистических стереотипов и исторических, археологических теорий и исследований» [24, с. 157].

3. Социальные сети: пользователи делятся своими впечатлениями, фотографиями и историями, что способствует распространению символического капитала Аркаима среди более широкой аудитории. Здесь стоит отметить как группы в социальных сетях самого заповедника Аркаим, так и публикации пользователей, посетивших этот заповедник. Большую часть пользовательского контента в этом формате занимают описа-

ния путешествий на территорию заповедника, Аркаим при этом «упоминается в контексте его культурной или археологической значимости или мистического потенциала» [25, с. 100].

4. Интерактивные карты и приложения: такие инструменты позволяют пользователям осуществлять виртуальные экскурсии по Аркаиму, тем самым вовлекая их в изучение его истории.

Одновременно очевиден недостаток научно-популярных материалов, связанных с Аркаимом. Согласно исследованию С.А. Панюковой, лишь 29 % из рассмотренных ею материалов об этом месте представлено в категории научно-популярных [25, с. 100]. Поэтому создание научно-популярных материалов об Аркаиме может быть актуальной задачей.

Поликодовое представление Аркаима в фильме «Аркаим. Колесница времени»

Фильм «Аркаим. Колесница времени» является ярким примером использования поликодового подхода, основанного на объединении документальных записей, визуальных эффектов, нарративных элементов и звукового сопровождения, позволяющего создать многогранное представление об Аркаиме.

Визуальные элементы представлены стриминговыми видеозаписями археологических раскопок, панорамными видами на памятник, а также реконструкциями древних строительных техник, что позволяет зрителям увидеть место в его историческом контексте. Визуальные эффекты, такие как анимация и 3D-моделирование, помогают представить, как выглядела жизнь в Аркаиме много тысяч лет назад.

Аудиальное сопровождение реализуется за счет музыкального оформления фильма, которое создает соответствующую атмосферу, подчеркивающую чувство силы и величие этого древнего места. Записи звуков природы — звуки

ветра и воды — усиливают погружение зрителей в атмосферу Аркаима.

В фильме важны вербальные элементы, которые представляют факты и данные о находках, археологических работах и культурных аспектах. Такие титры не только информируют, но и устанавливают связь между зрителем и материалом, способствуя большему пониманию символического капитала Аркаима.

Нарративные элементы в фильме — это рассказы научных сотрудников, археологов и местных жителей о своем опыте взаимодействия с Аркаимом. Их истории не только обогащают содержание, но и создают эмоциональную связь с аудиторией, что укрепляет ценность символического капитала.

Анализ и значение фильма

Фильм «Аркаим. Колесница времени» мы рассматриваем не только как образовательный ресурс, но и как средство формирования общественного сознания. Чрезвычайно важное значение имеет то, что он повышает внимание к проблеме охраны и сохранения культурного наследия. Грамотно выстроенная нарративная структура фильма позволяет зрителям не только узнать об Аркаиме, но и задуматься о его значении в современном мире.

При изучении методов популяризации археологии, исследователи отмечают, что востребован метод «использования понятных для любого читателя атрибутов профессии — истории предметов, культурологического контекста профессии, то есть привязки к массовой культуре» [26, с. 29]. Данный принцип создатели фильма использовали в сюжете картины, позволяющем вместе с группой исследователей экспериментально погрузиться в создание одного из важнейших транспортных средств — колесницы. Авторы фильма выдвигают смелое предположение, что колесницы в Аркаиме появились задолго до колесниц Древней Греции, как и многие другие важнейшие технологии.

В коммуникативные задачи фильма входит и побуждение к размышлениям о том, как современные технологии и мультимедийные форматы могут использоваться для передачи культурных и исторических ценностей. Многообразие представленных форматов делает информацию доступной и интересной для широкой аудитории, что, в свою очередь, способствует расширению символического капитала Аркаима и его популяризации.

В фильме «Аркаим. Колесница времени» внимание уделяется не только самим находкам, но и мифологии, окружающей это место. Информационные графики и визуализация, использованные в фильме, помогают зрителю понять исторический контекст и ощутить важность Аркаима. Использование нарративных элементов, например, рассказ о древних жителях, создает эмоциональную связь с аудиторией.

На платформах социальных сетей можно увидеть, как пользователи создают контент, основанный на их опыте путешествий в Аркаим. Эти посты формируют своего рода сообщество, объединенное общими интересами и стремлением сохранить наследие. На таких платформах символический капитал Аркаима расширяется, оставаясь актуальным.

Большое значение успешного представления символического капитала Аркаима доказывают результаты проведенного анкетирования перед знакомством с фильмом «Аркаим. Колесница времени».

В анкетировании участвовали 25 человек в возрасте 18–20 лет. Из них только один человек был на Аркаиме с целью знакомства с ним как с историческим памятником.

После предварительной беседы с участниками опроса им было предложено посмотреть тизер фильма, затем анкетирование продолжилось. Приведем и прокомментируем ответы на некоторые вопросы, предложенные респондентам.

Ответы на вопрос «Как вы считаете, к какой тематической группе относится данный фильм» распределились следующим образом:

История:	21;
Наука:	5;
Археология:	3;
Эзотерика:	0.

Примечание: некоторые респонденты отмечали две группы, например, история и наука; археология и история.

Отвечая на вопрос о главной мысли фильма «Что пытались донести до зрителя создатели фильма?» участники опроса отметили следующее: нужно знать историю; неизвестная цивилизация смогла выстроить в степи город с неизвестной экономической моделью; история Аркаима; история важна, и под землей спрятано еще много тайн; Аркаим требует изучения; Аркаим — место силы, место, где зарождалась история; все, что было до нас, сейчас живет в нас; главное — узнать эту историю; очень многое человеком еще не изучено, не понято или ставится под сомнение (те же пирамиды); Аркаим может очень многое рассказать, помочь понять, нужно только этим заняться, и мы можем получить ценные для науки сведения.

При этом главным образом представление о древнем поселении, по результатам опроса, зрителю дали 3Д-реконструкция, элементы документалистики и анимация, т.е. совершенно разные элементы поликодового текста.

Отвечая на вопрос «Захотелось ли вам побывать на Аркаиме? С какой целью?» утвердительно ответили 24 человека. Целью посещения они назвали: увидеть место своими глазами; ощутить историю; расширение кругозора; захотелось увидеть масштаб места вживую, представить быт древних людей на той территории; хочу прочувствовать силу этого места; прикоснуться к истории; хочется окунуться в прошлое, узнать эту историю поближе; там, полагаю, можно сделать красивые фотографии и т.п.

Таким образом, большинство респондентов продемонстрировали высокую заинтересованность в том, чтобы узнать об Аркаиме больше. Если на момент опроса только один человек был там, то после просмотра такое желание — личного посещения музея-заповедника — высказали абсолютное большинство опрошенных (96 %). Причем практически все, кто принял участие в опросе, указали в качестве цели научный, археологический и исторический интерес, но не отметили эзотерику.

Анкетирование также показало, что большая часть опрошенных хочет посетить Аркаим с профессиональным экскурсоводом, чтобы увидеть все своими глазами и услышать исторические факты об этом месте.

Важность организованных экскурсий подтвердили и посетители Аркаима. Так, по результатам анкетирования, выполненного группой исследователей Челябинского государственного университета в «полевых» условиях, на вопрос *«Когда вы на Аркаиме, для вас предпочтительнее?»* вариант ответа *«Воспользоваться услугами профессионального экскурсовода»* выбрали 31,9 % в 2023 году и 44,3 % в 2024 году.

Этот результат вступает в некоторое противоречие с тем обстоятельством, что подавляющее большинство организованных групп (через туристические агентства) приезжают с целью духовных практик, т.е. носят эзотерический характер. И программа визита составлена так, что посетителям Аркаима некогда знакомиться с территорией как с историческим местом. Это подтверждают результаты опроса, выполненного автором статьи в ходе выездной экспедиции в августе — сентябре 2024 г.: опрошено 42 человека, из них организовано приехали 34, самостоятельно — 8. Все опрошенные считают, что важно посетить музей, городище и другие места, связанные с историей этой территории. Одна-

ко, в силу насыщенности эзотерического содержания туристической программы, сделать это могут только те, кто приехал самостоятельно.

Кроме этого, мы отмечаем, что по результатам глубинного интервьюирования, проведенного членами научного коллектива в ходе экспедиций (май — сентябрь 2023 г. и 2024 г., опрошено 443 человека и 483 человека соответственно), на вопрос *«Нужно ли знакомить с памятником Аркаим современное поколение детей и подростков»* ответы распределились следующим образом (табл.)

Несмотря на то, что большая часть опрошиваемых целью своего визита на Аркаим видит эзотерическую составляющую, 54,4 % в 2023 году и 63,6 % в 2024 говорят о том, что Аркаим — это память поколений, дети должны ее ощущать и это важный элемент регионального патриотизма: надо знать достопримечательности своего края.

А поэтому появление таких видеоматериалов как фильм «Аркаим. Колесница времени» — это серьезный шаг региональных властей к формированию у жителей и гостей региона культурно-исторической памяти, чувства патриотизма и уважения к своей Родине.

Несмотря на безусловную научно-популярную значимость фильма «Аркаим. Колесница времени», некоторые ученые в области археологии высказывают критические замечания. Так, А. Семененко обращает внимание на то, что фильм иногда использует упрощенные нарративы, которые могут вводить зрителей в заблуждение относительно археологических находок и их значимости. Исследователь подчеркивает, что стремление сделать контент более доступным может привести к потере глубины и сложности исторических фактов, необходимых для понимания истинной ценности Аркаима [27].

Подобные негативные оценки, на наш взгляд, неизбежны при популяр-

Нужно ли знакомить с памятником Аркаим современное поколение детей и подростков? /

Should the Modern Generation of Children and Teenagers Be Introduced to the Arkaim Monument?

Варианты ответов / Answer Options	Выбрали вариант ответа, % / Selected Answer Option, %	
	2023	2024
Да, это память поколений, часть истории, дети должны ее ощущать / Yes, This Is the Memory of Generations, Part of History, Children Should Feel It	40,4	63,6
Да, из-за особой духовной силы Аркаима, его созидательной энергетики / Yes, Because of the Special Spiritual Power of Arkaim, Its Creative Energy	33,9	–
Это важный элемент регионального патриотизма, надо знать достопримечательности своего края / This Is an Important Element of Regional Patriotism, You Need to Know the Sights of Your Region	14,0	–
Знакомство с Аркаимом не помешает, хотя и не обязательно / Getting to Know Arkaim Won't Hurt, Although It's Not Necessary	11,1	13,9
Не вижу особой ценности этого места для современного поколения детей и подростков / I Don't See Any Particular Value in This Place for the Modern Generation of Children and Teenagers	5,9	–
Не нужно ничего делать специально, каждый человек откроет для себя Аркаим, если в этом будет необходимость / You Don't Need to Do Anything Special, Every Person Will Discover Arkaim if There Is a Need for It	–	18,0
Другое (укажите) / Other (Specify)	12,9	–
Затрудняюсь ответить / I Find It Difficult to Answer	5,0	4,5

зации научных исследований. М.В. Загидуллина, описывая этот феномен, называет его конфликтом социальных институтов журналистики и науки. Если «логика науки строится на строгих исследовательских процедурах, интерпретация результатов которых зачастую представляет собой осторожные предположения», то «логика журналистики основана на “социальном переводе”, предполагающем трансформацию полученных от ученого данных и сведений в форматы, привычные для публики» [28, с. 66]. В результате журналистское произведение

получается упрощенным либо преувеличенно ярким. Фильм «Аркаим. Колесница времени» является произведением на стыке журналистики и науки — этим объясняются преувеличения и упрощения, используемые в фильме. При переводе из одного социального института в другой такие упрощения неминуемы и потенциально могут вызвать неприятие людей науки. Вопросы перехода медиатекста из научной парадигмы в более доступную, предназначенную для широкой публики журналистскую остается открытым и требует дальнейшего изучения.

Заклучение

Фильм «Аркаим. Колесница времени» представляет собой удачный, хотя и вызывающий неоднозначные оценки, пример поликодового медиатекста, способного передать полноту символического капитала Аркаима. Сочетая визуальные, аудиальные и текстовые элементы, он создает многогранное представление о памятнике, его значении и важности для культурной идентичности. Это подчеркивает необходимость использования мультимедийных инструментов в археологическом дискурсе и обуславливает их значение для сохранения и популяризации культурного наследия.

Аркаим — объект археологического изучения и культурного наследия,

яркий пример того, как символический капитал может быть представлен и трансформирован в поликодовых медиатекстах. Использование различных медиатекстовых форматов способствует формированию многогранного образа Аркаима, а также активизирует дискуссии о его значении в контексте современного общества. Важно отметить, что такой подход к изучению позволяет не только расширить знания об Аркаиме, но и способствует его сохранению и популяризации среди новых поколений. Символический капитал места, который при этом развивается, может способствовать формированию положительного имиджа Челябинской области.

Список использованной литературы

1. Череднякова А.Б. Имидж территории и его трансформация в условиях современности (на примере г. Челябинска и Челябинской области) / А.Б.Череднякова, Я.С. Добрынина. — DOI 10.7256/2310-8673.2018.3.26332. — EDN VOMRVN // Урбанистика. — 2018. — № 3. — С. 171–179.
2. Зубанова Л.Б. Экологический имидж региона: информационное освещение и стратегии личностной включенности аудитории / Л.Б. Зубанова. — EDN QITYAE // Пользовательский контент в современной коммуникации: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Челябинск, 22–23 апр. 2021 г. — Челябинск, 2021. — С. 338–341.
3. Чумиков А.Н. Альтернативный брендинг региона (на примере Челябинской области) / А.Н. Чумиков. — EDN ЕЕYKDA // Брендинг как коммуникационная технология XXI века: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 01–02 марта 2022 г / под ред. А.Д. Кривоносова. — Санкт-Петербург, 2022. — С. 112–114.
4. Eldieva T. Symbolic Places Capital as an Instrument of Innovative Development of the Region / T. Eldieva, N. Fedotova, K. Zhukov. — DOI 10.15405/epsbs.2019.04.72. — EDN ZURQGH // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. — 2019. — Vol. 59. — Pp. 678–684.
5. Sumskeya A. Representation of Symbolic Capital of Territories by Actors of “Digital” and “Analogue” Generations in Multimodal Texts / A. Sumskeya. — DOI 10.18502/kss.v4i2.6332. — EDN YOBOAZ // Communication Trends in the Post-literacy Era: Multilingualism, Multimodality, Multiculturalism : IV International Scientific Conference. — Ekaterinburg, November 8–9, 2019. — Ekaterinburg, 2020. — Vol. 4 (2). — Pp. 190–200.
6. Symbolic Capital as a Resource of Promotion of Provincial Cities: An Analysis of Place Branding Strategies of Ural Urban Destinations / I. Britvina, A. Britvin, L. Starostova, M. Compte-Pujol. — DOI 10.7592/FEJF2020.79.ural // Folklore Electronic Journal of Folklore. — 2020. — № 79. — Pp. 183–202.
7. Fedotova N. City’s Cultural Memory as a Symbolic Resource / N. Fedotova, E. Maksimova. — DOI 10.25686/2410-0773.2019.4.107. — EDN CLEBIB // Sociotime. — 2019. — Vol. 4, № 20. — Pp. 107–113.
8. Fedotova N. The Formation of Urban Identity: Factorial and Institutional Aspects / N. Fedotova. — EDN ZXGARX // The Journal of Sociology and Social Anthropology. — 2017. — Vol. 20, № 3. — Pp. 32–49.
9. Fentress J. Social Memory / J. Fentress, Ch. Wickham. — Oxford: Blackwell, 1992. — 229 p.
10. Федотова Н.Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования / Н.Г. Федотова. — DOI 10.17223/22220836/29/13. — EDN WAKRAT // Вестник Томского государственного университета. — 2018. — № 29. — С. 141–155.

11. Судакова В.В. Символический капитал территории как ресурс ревитализации: методики выявления / В.В. Судакова. — DOI 10.36809/2309-9380-2023-39-45-49. — EDN UBMMQT // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. — 2023. — № 2 (39). — С. 45–49.

12. Symbolic Capital as a Brand Tool of Sociocultural Life (on the Material of the Northern Cities of the Republic of Sakha (Yakutia)) / I. Khokholova, N. Danilova, M. Kysylbaikova [et al.]. — DOI 10.15503/jecs2021.2.597.612 // The Journal of Education, Culture, and Society. — 2021. — № 2. — Pp. 597–612.

13. Юспа М.М. Символический капитал: происхождение, понятие, виды / М.М. Юспа. — EDN OFQHPL // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки. — 2022. — № 21-1. — С. 265–272.

14. Зубанова Л.Б. Археологический памятник Аркаим в восприятии жителей Челябинска / Л.Б. Зубанова. — EDN ICPKVT // Научные школы. Молодежь в науке и культуре XXI века: материалы Междунар. науч.-конф., Челябинск, 18–19 нояб. 2021 г. — Челябинск, 2021. — С. 66–68.

15. Киршин Б.Н. Аркаим: актуальные смыслы для региональной и глобальной повестки / Б.Н. Киршин. — DOI 10.47475/1999-5407-2021-10301. — EDN NWQPOS // Челябинский гуманитарий. — 2021. — Т. 3, № 56. — С. 7–11.

16. Медведева А.Р. Динамика репрезентации Аркаима через тематический компонент в интернет-СМИ (2022–2023) / А.Р. Медведева. — DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102 // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2024. — № 1 (51). — С. 97–102.

17. Зубанова Л.Б. Археологический памятник Аркаим: символическое значение и социокультурные практики освоения / Л.Б. Зубанова. — EDN QFREKD // Новые тенденции в системе современного культурологического образования как основы мировоззренческой подготовки: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 17–18 нояб. 2023 г. — Екатеринбург, 2024. — С. 284–290.

18. Киселев Д.Г. Коммуникативные культурные практики освоения меморативных ландшафтов (на примере Аркаима) / Д.Г. Киселев. — DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-85-88. — EDN BFPCRQ // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2023. — № 4 (50). — С. 85–88.

19. Загидуллина М.В. Специфика коммуникации с подписчиками в эпоху «неидеальной эпистемологии» (на примере сообщества «Аркаим» «ВКонтакте») / М.В. Загидуллина. — EDN PVCEVR // Динамика медиасистем. — 2024. — Т. 4, № 1. — С. 223–231.

20. Сафонов А.В. Система образов меморативного ландшафта археологического памятника Аркаим как фактор его популяризации / А.В. Сафонов, И.В. Топчий. — DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-102-111. — EDN MUYSOG // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2023. — № 4 (50). — С. 102–111.

21. Филиппов Д.Е. Совместные проекты в социальных сетях как фактор продвижения сообщества на примере Объединенного Государственного архива Челябинской области / Д.Е. Филиппов, А.О. Минибаева. — DOI 10.47475/2070-0717-2023-10109. — EDN OURITD // Медиасреда. — 2023. — № 1. — С. 43–46.

22. Полякова Е.В. Медиаатекст как поликодовая текстовая структура / Е.В. Полякова. — DOI 10.33184/bulletin-bsu-2021.4.30. — EDN CYZHC // Вестник Башкирского университета. — 2021. — Т. 26, № 4. — С. 1031–1034.

23. Панюкова С.А. Освещение феномена Аркаима в контексте научно-популярной журналистики / С.А. Панюкова. — DOI 10.47475/2070-0695-2021-10417. — EDN TZBBSE // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4 (42). — С. 151–157.

24. Панюкова С.А. Репрезентация образа Аркаима в пользовательской среде (на примере ресурса “Яндекс Дзен”) / С.А. Панюкова, Т.Б. Исакова. — DOI 10.51965/2076-7919_2021_1_4_151. — EDN NPBGST // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2021. — Т. 1, № 4 (36). — С. 151–158.

25. Панюкова С.А. Конструирование медиаобраза археологического памятника Аркаим в пользовательском контенте / С.А. Панюкова. — DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-96-101. — EDN FITRLY // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2023. — № 4 (50). — С. 96–101.

26. Медведева А.Р. Медиаинструментарий вовлечения в археологическую тематику (на примере портала “Арзамас”) / А.Р. Медведева. — DOI 10.47475/1999-5407-2021-10304. — EDN WABRAM // Челябинский гуманитарий. — 2021. — № 3 (56). — С. 25–32.

27. Семененко А.А. Оценка научных аспектов фильма «Аркаим: колесница времени» / А.А. Семененко // Археология и общество. — 2022. — Т. 10, № 1. — С. 22–34.

28. Загидуллина М.В. Культура научной популяризации в профессиональной журналистике: между скандалом и скукой (на примере археологии) / М.В. Загидуллина. — EDN KRKKWH // Медиа в современном мире: 62-е Петербургские чтения: материалы Ежегод. 62-го Междунар. науч. форума : в 2-х т., Санкт-Петербург, 28 июня 2023 г. / отв. ред. А.А. Малышев. — Санкт-Петербург, 2023. — Т. 1. — С. 66–67.

References

1. Cherednyakova A.B. The Image of the Territory and Its Transformation in Modern Conditions (Using the Example of the City of Chelyabinsk and the Chelyabinsk Region). *Urbanistika = Urban Studies*, 2018, vol. 3, pp. 171–179. (In Russian). EDN: VOMRVN. DOI: 10.7256/2310-8673.2018.3.26332.
2. Zubanova L.B. Ecological Image of the Region: Information Coverage and Strategies of Personal Involvement of the Audience. *User Content in Modern Communication. Materials of International Scientific Conference, Chelyabinsk, April 22–23, 2021*. Chelyabinsk, 2021, pp. 338–341. (In Russian). EDN: QITYAE.
3. Chumikov A.N. Alternative Branding of the Region (on the Example of the Chelyabinsk Region). In Krivososov A. D. (ed.). *Branding as a Communication Technology of the 21st Century. Materials of the VIII International Scientific Conference, Saint Petersburg, March 01–02, 2022*. Saint Petersburg, 2022, pp. 112–114. (In Russian). EDN: EEYKDA.
4. Eldieva T. Symbolic Places Capital as an Instrument of Innovative Development of the Region. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 2019, vol. 59, pp. 678–684. EDN: ZURGOH. DOI: 10.15405/epsbs.2019.04.72.
5. Sumsкая A. Representation of Symbolic Capital of Territories by Actors of "Digital" and "Analogue" Generations in Multimodal Texts. *Communication Trends in the Post-literacy Era: Multilingualism, Multimodality, Multiculturalism. IV International Scientific Conference, Ekaterinburg, November 8–9, 2019*. Ekaterinburg, 2020. Vol. 4 (2), pp. 190–200. EDN: YOBOAZ. DOI: 10.18502/kss.v4i2.6332.
6. Britvina I., Britvin A., Starostova L., Compte-Pujol M. Symbolic Capital as a Resource of Promotion of Provincial Cities: An Analysis of Place Branding Strategies of Ural Urban Destinations. *Folklore Electronic Journal of Folklore*, 2020, vol. 79, pp. 183–202. DOI: 10.7592/FEJF2020.79.ural.
7. Fedotova N., Maksimova E. City's Cultural Memory as a Symbolic Resource. *Sociotime*, 2019, vol. 4, vol. 20, pp. 107–113. EDN: CLEBIB. DOI: 10.25686/2410-0773.2019.4.107.
8. Fedotova N. The Formation of Urban Identity: Factorial and Institutional Aspects. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2017, vol. 20, vol. 3, pp. 32–49. EDN: ZXGARX.
9. Fentress J., Wickham Ch. *Social Memory*. Oxford, Blackwell, 1992. 229 p.
10. Fedotova N.G. Symbolic Capital of the Place: Notion, Peculiarities of Accumulation, Research Methods. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2018, vol. 29, pp. 141–155. (In Russian). EDN: WAKRAT. DOI: 10.17223/22220836/29/13.
11. Sudakova V.V. Symbolic Capital of the Territory as a Resource of Revitalization: Methods of Identification. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya = Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research*, 2023, vol. 2, pp. 45–49. (In Russian). EDN: UBMMQT. DOI: 10.36809/2309-9380-2023-39-45-49.
12. Khokholova I., Danilova N., Kysylbaikova M., Pestereva K., Vasileva A. Symbolic Capital as a Brand Tool of Sociocultural Life (on the Material of the Northern Cities of the Republic of Sakha (Yakutia)). *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2021, vol. 2, pp. 597–612. DOI: 10.15503/jecs2021.2.597.612.
13. Yuspa M. Symbolic Capital: Origin, Definition, Types. *Nauchnye trudy Respublikanskogo instituta vysshei shkoly. Filosofsko-gumanitarnye nauki = Scientific works of the Republican Institute of Higher Education. Philosophical and humanitarian sciences*, 2022, vol. 21-1, pp. 265–272. (In Russian). EDN: OFQHPL.
14. Zubanova L.B. Archaeological Monument of Arkaim in the Perception of the Residents of Chelyabinsk. *Scientific Schools. Youth in Science and Culture of the 21st Century. Materials of International Scientific Conference, Chelyabinsk, November 18–19, 2021*. Chelyabinsk, 2021, pp. 66–68. (In Russian). EDN: ICPKVT.
15. Kirshin B.N. Arkaim: Current Meaning for a Regional and Global Agenda. *Chelyabinskiii humanitarii = Chelyabinsk Humanities*, 2021, vol. 3, vol. 56, pp. 7–1. (In Russian). EDN: NWQPOS. DOI: 10.47475/1999-5407-2021-10301.
16. Medvedeva A.R. Dynamics of Representation of Arkaim through the Thematic Component in Online Media (2022–2023). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2024, vol. 1, pp. 97–102. (In Russian). DOI: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102.

17. Zubanova L.B. Archeological Monument Arkaim: Symbolic Meaning and Socio-Cultural Practices of Development. *New Trends in the System of Modern Cultural Education as a Basis for Ideological Training. Materials of International Scientific Conference, Ekaterinbur, November 17–18, 2023.* Ekaterinbur, 2024, pp. 284–290. (In Russian). EDN: QFREKD.

18. Kiselev D.G. Communicative Cultural Practices of Development of Memorative Landscape (Based on the Example of Arkaim). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2023, vol. 4, pp. 85–88. (In Russian). EDN: BFPCRQ. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-85-88.

19. Zagidullina M.V. Specificity of Communication with Users in the Era of “Non-Ideal Epistemology” (“Arkaim” Community in “Vkontakte”). *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, 2024, vol. 4, vol. 1, pp. 223–231. (In Russian). EDN: PVECVR.

20. Safonov A.V., Topchii I.V. System of Images of the Memorative Landscape of the Archaeological Monument Arkaim as a Factor of its Popularization. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2023, vol. 4, pp. 102–111. (In Russian). EDN: MUYSOG. DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-102-111.

21. Filippov D.E., Minibaeva A.O. Joint Projects in Social Networks as a Factor in Promoting a Community Using the Example of the United State Archives of the Chelyabinsk Region. *Mediasreda = Mediaenvironment*, 2023, vol. 1, pp. 43–46. (In Russian). EDN: OURITD. DOI: 10.47475/2070-0717-2023-10109.

22. Polyakova E.V. Mediatext as a Polycode Text Structure. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of Bashkir University*, 2021, vol. 26, vol. 4, pp. 1031–1034. (In Russian). EDN: CYYZHC. DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2021.4.30.

23. Paniukova S.A. The Coverage of the Arkaim Phenomenon in the Context of Popular Scientific Journalism. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2021, vol. 4, pp. 151–157. (In Russian). EDN: TZBBSE. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10417.

24. Panyukova S.A., Isakova T.B. Representation of the Image of Arkaim in the User Environment (on the Example of the Resource “Yandex Zen”). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatishchev*, 2021, vol. 1, vol. 4, pp. 151–158. (In Russian). EDN: NPBGST. DOI: 10.51965/2076-7919_2021_1_4_151.

25. Paniukova S.A. Construction of a Media Image of the Archaeological Monument Arkaim in user Content. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the Problem Field of Media Education*, 2023, vol. 4, pp. 96–101. (In Russian). EDN: FITRLY. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-96-101.

26. Medvedeva A.R. Media Tools of Involvement in Archaeology Topic (on the Example of the Portal “Arzamas”). *Chelyabinskii gumanitarii = Chelyabinsk Humanities*, 2021, vol. 3, vol. 56, pp. 25–32. (In Russian). EDN: WABRAM. DOI: 10.47475/1999-5407-2021-10304.

27. Semenenko A.A. Evaluation of the Scientific Aspects of the film “Arkaim: The Chariot of Time”. *Arkheologiya i obshchestvo = Arqueología y sociedad*, 2022, vol. 10, vol. 1, pp. 22–34. (In Russian).

28. Zagidullina M.V. The Culture of Scientific Popularization in Professional Journalism: Between Scandal and Boredom (Based on Archaeology). In Malyshev A.A. (ed.). *Media in the Modern World: 62nd Saint Petersburg Readings. Proceedings of the Annual 62nd ed. International Scientific Forum, Saint Petersburg, June 28, 2023.* Saint Petersburg, 2023, vol. 1, pp. 66–67. (In Russian). EDN: KPKKWH.

Информация об авторе

Симакова Светлана Ивановна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия,  <https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>, SPIN-код: 3630-6448, Scopus Author ID: 57226104804, ResearcherID: ABH-1596-2020.

Author Information

Svetlana I. Simakova — D.Sc. in Philology, Professor, Department of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation,  <https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>, SPIN-Code: 3630-6448, Scopus Author ID: 57226104804, ResearcherID: ABH-1596-2020.