



Научная статья
УДК 070+659
DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-112-118

АРКАИМ КАК ЭЛЕМЕНТ СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Светлана Ивановна Симакова

Челябинский государственный университет, Россия, Челябинск, simakovi@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Аннотация. Регионы России сегодня испытывают большие трудности, связанные с миграционными процессами внутри страны. Люди все меньше ощущают связь с малой родиной, легко снимаясь с места и уезжая в поисках лучшей жизни в столичные города. Повышение имиджа региона за счет накопления его символического капитала может стать решением данной проблемы. В статье проанализированы источники по теме исследования, изучены различные подходы к дефиниции понятия «символический капитал территории», проанализированы различные подходы к критериям символического капитала и методологические подходы к его изучению. Автором выделены следующие критерии символического капитала: известные личности, природные объекты и особенности географии, статусы и бренды территории, символика территории и памятные места, визуальные компоненты территориального пространства, уникальные события культуры и истории. На основании вышеназванных критериев проанализирован символический капитал Челябинского государственного историко-археологического музея-заповедника «Аркаим». Материалом исследования выступили посты публичного сообщества в социальной сети «ВКонтакте» «Аркаим». Отмечено, что символический капитал Аркаима органично вплетается в альтернативный брендинг региона, основанный на историко-природных объектах в противовес индустриальному прошлому Челябинской области.

Ключевые слова: символический капитал, территория, символические ресурсы, территориальная идентичность, Аркаим.

Благодарности: 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)»

Для цитирования: Симакова С. И. Аркаим как элемент символического капитала Челябинской области // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 112–118. doi: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-112-118

Original article

ARKAIM AS AN ELEMENT OF THE SYMBOLIC CAPITAL OF THE CHELABINSK REGION

Svetlana I. Simakova

Chelyabinsk State University, Russia, Chelyabinsk, simakovi@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Abstract. The regions of Russia today are experiencing great difficulties associated with migration processes within the country. People feel less and less connected to their small homeland, easily moving away and leaving in search of a better life in capital cities. Increasing the image of the region by accumulating its symbolic capital can be a solution to this problem. The article analyzes sources on the research topic, studies various approaches to the definition of the concept of “symbolic capital of a territory”, analyzes various approaches to the criteria of symbolic capital and methodological approaches to its study. The author has identified the following criteria for symbolic capital: famous personalities, natural objects and geographic features, statuses and brands of the territory, symbols of the territory and memorable places, visual components of the territorial space, unique cultural and historical events. Based on the above criteria, the symbolic capital of the Chelyabinsk State Historical and Archaeological Museum-Reserve “Arkaim” is analyzed. The material for the study was posts from the public community on the social network “VKontakte” “Arkaim”. It is noted that the symbolic capital of Arkaim is organically woven into the alternative branding of the region, based on historical and natural objects as opposed to the industrial past of the Chelyabinsk region.

Key words: symbolic capital, territory, symbolic resources, territorial identity, Arkaim

Acknowledgments: The study was Supported by the Russian Science Foundation and Chelyabinsk region, № 23-18-20098, <https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/>

For citation: Simakova S. I. Arkaim as an element of the symbolic capital of the Chelyabinsk region. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 4(50): 112–118. doi: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-112-118 (In Russ.).

Символический капитал: понятие, критерии, методики изучения

Согласно последним исследованиям в России наблюдается сильный отток населения из провинции в столичные города (в лидерах Москва и Санкт-Петербург). Так, например, в 2021 году Челябинскую область покинуло 18 440 человек в возрасте 14–35 лет, которые уехали учиться в Екатеринбург, Москву и Санкт-Петербург (Шторм А. Россия продолжает терять население: провинция пустеет. Пандемия и СВО ни при чём // Pravda.ru. URL: <https://www.pravda.ru/news/society/1763104-demografia/>). Как отмечают ученые, следствием урбанизации становится «разрушение символических связей между человеком и городом, что негативно сказывается на поддержании и сохранении локальной идентичности» (Судакова 2023: 45). В результате наблюдается отток населения из провинции в большие города и связанные с этим экономические проблемы регионов России.

В этом плане наиболее перспективным объектом исследования представляется символический капитал территории, который играет большую роль в развитии территорий, регионов и городов: «переосмысление городской идентичности может стать потенциалом для накопления и формирования новых символических ресурсов территории, которые, в свою очередь, станут основой для ее преобразования» (Судакова 2023: 45). Зная символический капитал, «можно прогнозировать поведение индивидуумов и наций, просчитывать риски от принимаемых решений, осуществлять перенастройку отдельно взятых общностей, закладывая нужные, позитивные векторы развития, а также противодействовать попыткам злонамеренного воздействия на символический капитал извне» (Юспа 2022: 271).

Вопрос символического капитала в научной мысли на данный момент достаточно хорошо проработан, хотя в некоторых исследованиях наблюдается смешивание понятий «бренд» и «символический капитал» (Пакшина, Калачина 2022; Столбов, Тежикова 2019). Некоторые ученые выделяют символический капитал как один из элементов бренда региона (Евменов, Благова 2021). Другие, напротив, относят имидж и образ места к составляющим символического капитала региона (Столбов, Тежикова 2019; Мухамеджанова 2021). В целом, понятия «бренд» и «символический капитал» требуют более четкой дефиниции и разведения.

С. А. Базилян утверждает, что символический капитал – это «доверие, которое вызывает определенная территория» (Базилян 2017: 110). Данное определение перекликается с тем, как понимал этот термин введший его в научный оборот французский мыслитель П. Бурдьё – социальные связи, которые выступают ресурсом получения выгод (Бурдьё 2022), то есть, по факту, хорошая репутация, честь. Однако анализ современных исследований показывает, что в настоящее время символический капитал в территориальном аспекте рассматривается скорее, как система семиотических образов, следствием которой и является доверие и хорошая репутация.

Наиболее полно понятие «социальный капитал» в аспекте развития территорий проработала в своих исследованиях Н. Г. Федотова (Федотова 2018; Федотова 2022; Федотова 2015; Федотова 2021). Она определяет символический капитал как «совокупность значимых элементов (смыслов) территориальной среды, которые обеспечивают локальному месту узнавание, известность, престиж, доверие к нему со стороны различных социальных групп» (Федотова 2018: 144). Данная дефиниция кажется нам наиболее полной и точной, поэтому в дальнейших исследованиях мы будем придерживаться именно ее.

Т. Л. Каминская на примере Великого Новгорода отмечает, что символический капитал города – «это не сам памятник архитектуры, а его известность и значимость», но «объективно измерить <...> символический капитал конкретной территории <...> весьма сложно» (Каминская 2017: 24). Тем не менее многие исследователи делают попытки его проанализировать и осмыслить. Рассмотрим несколько подходов к выделению критериев символического капитала территории и методологий его оценивания.

Н. Ю. Замятина рассматривает символический капитал городов как условие, определяющее миграционные процессы в Арктике. По ее мнению, символический капитал территории складывается из культурного, социального и экономического капитала, причем «вес» и соотношение этих видов капитала будет отличаться от региона к региону. Исследуя символический капитал Норильска, она проводит опрос среди жителей города, выявляя наиболее частые характеристики города: «грязь», «холод», «дыра», «город смелых» и так далее (Замятина 2016). То есть исследователь подходит к изучению символического капитала со стороны образа города в сознании его жителей. На наш взгляд, данный подход скорее уместен для определения бренда города, а не его символического капитала. Как мы видим из выборки, бренд Норильска скорее отрицательный, чем положительный.

Тот же бренд, называя его символическим капиталом, рассматривают исследователи В. А. Столбов и Е. Ю. Тежикова, используя для этого семантический анализ (Столбов, Тежикова 2019).

Более удачную попытку выявления символического капитала территории с помощью социологического анализа (опросов) предпринимают И. А. Пакшина и О. С. Калачина. Они приходят к выводу, что символический капитал Республики Мордовии «образуют объекты, сохранившие историко-этническое своеобразие республики» (Пакшина, Калачина 2022: 12).

С. А. Базикян, исследуя символический капитал Великого Новгорода, анализирует медиaprостранство города, выделяя такие символические ресурсы, как исторические факты, легендарные личности и связанные с ними места памяти, мифология территории и тесно связанные с ней сакральные образы, символы, архетипы (Базикян 2017).

Н. М. Мухамеджанова, описывая символический капитал города Оренбурга с помощью анализа отзывов гостей города социальных медиа, применяет следующую методику: определение наиболее упоминаемых символических и персонализированных маркеров города, сравнение полученных данных с результатами внутреннего образа Оренбурга. В результате исследователь делает вывод о существовании проблем, связанных с накоплением символического капитала города (Мухамеджанова 2021).

Вызывает интерес исследование Е. Р. Мельникова, К. С. Осоргина, В. А. Столбова «Пермский период как база символического капитала Пермского края». Ученые исследуют такие символы Пермского края, как Пермь Великая, Стефан Пермский, пермский «Звериный стиль» и Коми-Поляков (Мельникова, Осоргина, Столбова 2022). Все эти символы, по сути, являются воплощением исторической памяти о территории, на которой располагается сегодня Пермский край.

Наиболее полный список критериев и методик оценки символического капитала территории предлагает Н. Г. Федотова. Среди элементов, формирующих символический капитал территории, она выделяет следующие: известные личности, природные объекты и особенности географии, статусы и бренды территории, символика территории и памятные места, визуальные компоненты территориального пространства, уникальные события культуры и истории (Федотова 2015: 108). Исследователь отмечает, что концептуальное наполнение символического капитала раскрывается через понятие «ценность» (ценность природного объекта, ценность памятника архитектуры, ценность личности). Для определения значимости элементов территориальной среды она предлагает обращать внимание на следующие концепты:

- 1) Доверие к территории.
- 2) Территориальная идентичность – «совокупность территориальных смыслов, представленных в виде ассоциаций, вызывающих отождествление человека с конкретной территорией <...>, чувство сопричастности с местом благодаря значимым для человека элементам территории» (Федотова 2018: 145). Исследователь также отмечает, что в вопросе территориальной идентичности большое место занимают коммеморации как «процесс памятования событий, фактов, культурных и исторических практик территории» (Федотова 2015: 106).
- 3) «Дух места» – идеальное воплощение уникальности территории.
- 4) Коллективная память – «культурный механизм актуализации и передачи территориальных смыслов» (Федотова 2018: 145).

Методология выявления символического капитала, по мысли Н. Г. Федотовой, может состоять из следующих компонентов: опросы различных целевых аудиторий, изучение семиотики городской среды, анализ медиадискурса, исследования ментальных карт места и так далее (Федотова 2018: 152).

К вопросу формирования символического капитала Челябинской области и Аркаиму как его источнику

Как мы уже отмечали, демографическую проблему Челябинской области представляет миграция молодежи за ее пределы. На данную проблему обращают внимание как представители власти, общественные деятели, так и ученые. Изучению бренда Челябинской области посвящены исследования, например, профессора А. Н. Чумикова, который рассуждает об альтернативном брендинге Челябинской области, признанном затмить сложившийся имидж экологически неблагополучного региона России (Чумиков 2022). Он отмечает, что область сделала ставку на природно-исторические богатства, среди которых есть и Аркаим. Исследователи Д. Е. Филиппов, В. С. Шевченко и А. О. Минибаева также затрагивают тему альтернативного брендинга, продвигая концепцию Челябинской области как космического региона (Филиппов, Шевченко, Минибаева 2022).

Ограничиваясь рамками одной научной статьи, сложно произвести полный анализ символического капитала территории, используя все методики оценки. Рассмотрим формирование символического капитала территории на примере Челябинского государственного историко-археологического музея-заповедника «Аркаим», взяв за основу материалы официального публичного сообщества «Аркаим» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/arkaimgroup>). Выбор материала обусловлен растущей ролью цифровых технологий в накоплении символического капитала территории: «за счет повышения

значимости визуального контента, виртуализации, динамичного внедрения инновационных технологий и интерактивности цифровых коммуникаций обеспечивают качественно новую практику репрезентации коллективных представлений о городе» (Федотова 2021: 118). В рамках исследования была изучена деятельность сообщества за январь–октябрь 2023 года, а также отдельные материалы более ранних лет, найденные по ключевым словам, выделенным в процессе анализа группы.

Аркаим – укрепленное поселение бронзового века, расположенное на территории Челябинской области. Музей-заповедник, расположенный возле этого древнего поселения – научно-исследовательский, образовательный и культурно-просветительный комплекс. В основе исследований этого учреждения – «комплексный подход к изучению древности во взаимосвязи природных систем и человеческих обществ» (<https://arkaim-center.ru/?ysclid=log351qida194712047>). Аркаим стал знаковым местом для региона. История его открытия связана с именем челябинского археолога – профессора Г. Б. Здановича, который сначала спас археологический памятник от затопления (территория Аркаима должна была стать частью водохранилища), а затем долгие годы изучал и продвигал Аркаим в мировой повестке.

Исследование Аркаима и осмысление его символического капитала, важного для развития Челябинской области, связано, с одной стороны, на большом значении Аркаима как исторического памятника, а с другой – на репутационных издержках, которые приобрел его образ в процессе формирования.

Как отмечает О. Б. Леонтьева, «самосознание общества невозможно без знаний о прошлом и образов прошлого, живущих в исторической памяти общества» (Леонтьева 2011: 6). А. Н. Покида и Н. В. Зыбуновская называют историческое прошлое консолидирующим фактором для российского общества (Покида, Зыбуновская 2016: 106). В связи с этим сегодня, в России важное место занимают практики коммемораций как «стратегический инструмент поддержания политики памяти как основы сохранения его национальной идентичности и преемственности передачи исторической памяти между разными поколениями» (Токарева 2021: 34). С этой точки зрения Аркаим является одним из важнейших образов Южного Урала: осознание того, что технологически развитая цивилизация проживала в южноуральских степях в эпоху бронзового века, на наш взгляд, обуславливает ценность данного места. Как отмечает М. В. Загидуллина, Аркаим – это «пример яркого включения археологического памятника в пространство самых разных интерпретаций и символического присвоения различными группами» (Загидуллина 2021: 57).

С другой стороны, описывая образ Аркаима в СМИ, исследователь С. И. Симакова отмечает, что «Аркаим символизирует в массовом сознании не богатство материальной культуры в сочетании с удивительной духовностью этого места, а прежде всего его мистическую силу» (Симакова 2023: 83). К таким же выводам приходят С. А. Панюкова и Т. Б. Исакова, которые при изучении репрезентации образа Аркаима отмечают склонность пользователей к мистификации этого памятника (Панюкова, Исакова 2021). Данный факт, на наш взгляд, не несет в себе однозначно негативной коннотации, однако является определяющим фактором символического капитала данной территории, внося коррективы в идеальный образ научно-исследовательского объекта и «храма науки».

Принимая во внимания элементы формирования символического капитала, рассмотрим, как именно в сообщества «Аркаима» формируются символический капитал территории.

Известная личность. Первооткрыватель Аркаима Геннадий Зданович позиционируется как «гений места». Упоминание его имени в постах сообщества стабильно встречается практически каждый месяц. Приводятся его цитаты, например, «Спустя 4 000 лет над Аркаимом восходит то же самое солнце» (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_18774). Публикуются записи его лекций, исторические фотографии с его участием. Также память о первооткрывателе Аркаима культивируется в значимых событиях: открытии мемориальной доски, учреждении стипендии имени Г. Б. Здановича, открытии выставки, посвященной его работе и так далее. Значимость личности известного ученого в сообществе подтверждается также наличием собственного хештега #зданович85@arkaimgroup

Природные объекты и особенности географии. Так как Аркаим является заповедным местом, много внимания в сообществе уделяется разнообразию его флоры и фауны. В сообществе рассказывается о редких растениях и животных, занесенных в Красную книгу, а также о представителях флоры и фауны, которым ничего не угрожает, но которые являются маркерами благополучия природной среды. Например, о гвоздике полевой (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_17543), ковыле (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_13661), хищных птицах (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_10909, https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_7654) и так далее. Сообщество запустило конкурс любительской орнитологии, квест «Спаси степь» и другие активности по продвижению природного разнообразия места. Особенности ландшафта также занимают центральное место в информационной деятельности сообщества: гора Аркаим, гора Шаманка, Грачиная сопка и другие.

Статусы и бренды территории. В 2008 году Аркаиму был присвоен статус историко-культурного заповедника областного значения.

Символика территории и памятные места. Среди символов территории, продвигаемых сообществом, можно выделить керамические изделия эпохи бронзы, само городище и его устройство, древнейшие найденные на Земле колесницы, металлургическое производство древних аркаимцев.

Визуальные компоненты территориального пространства. В сообществе делается акцент на керамических изделиях. Так, горшок, найденный в погребениях поселения использован в оформлении меню группы. Часто повторяется логотип Аркаима – листок, вписанный в очертания древнего поселения Аркаим как идея взаимодействия человека и природы. Визуальные компоненты, часто используемые в СМИ (спиралевидные выкладки камней на вершинах гор, например) не популярны в сообществе Аркаима, что объясняется его позиционированием как научного объекта. Они часто упоминаются в негативных коннотациях, хоть и с использованием нейтральной лексики, например: «...значительная часть погребальных конструкций по незнанию и невнимательности повреждена туристами для создания своих “мистических” выкладок: спиралей, звезд и пр. на горе Лысой» (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_18465), «культовое сооружение, просуществовавшее более 3,5 тысяч лет, растаскивают для выкладывания фигур и спиралей» (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_18643).

Уникальные события культуры и истории. Центральное место здесь занимает поселение эпохи бронзы Аркаим, быт и обычаи древних аркаимцев. История Аркаима вписывается в мировую историю, что, на наш взгляд, увеличивает ее культурное и историческое значение. Так, например, возраст Аркаима сравнивают с возрастом египетских пирамид, Стоунхенджа, храмового комплекса Гёбекли-Тепе и другими общеизвестными в мире памятниками (<https://vk.com/@arkaimgroup-arkaim-starshe-i-molozhe-piramid>). Еще один уникальный символ – древнейшие колесницы (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_18964, фильм «Аркаим – колесница времени»). Уникальными для территории современными событиями являются фестивали и форумы, которые проходят на Аркаиме. Например, Аркаим-fest, фестиваль исторической реконструкции «Пламя Аркаима», фестиваль традиционной кухни народов Южного Урала «Крынка», фольклорно-этнографический фестиваль евразийских народов «Аркаим».

Анализ сообщества «Аркаим» в социальной сети «ВКонтакте» позволяет сделать вывод о том, что данная территория обладает собственным символическим капиталом. Это подтверждается и на официальном, и на бытовом уровнях. Примером официального признания Аркаима как элемента символического капитала Челябинской области может служить его включение в состав региональных экспозиций на выставках и фестивалях в других территориях России (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_14716). На бытовом уровне одним из самых ярких примеров, иллюстрирующих значение Аркаима в символическом капитале Челябинской области, являются отзывы южноуральцев, знакомящихся с памятниками Страны городов, к которым относится и Аркаим. Например, вот что пишет Наталья Старцева: «Когда ты понимаешь, чем сильна твоя родная земля, какими уникальными знаниями обладали наши предки, это все бесценно для внутреннего раскрытия, для внутреннего объема, для новых ощущений от жизни» (https://vk.com/arkaimgroup?w=wall-1475032_16798).

Таким образом, символический капитал территории является эффективным средством развития региона. Музей-заповедник «Аркаим» формирует доверие к себе, опираясь на научные источники, публикуя интервью с именитыми археологами, палеонтологами, этнографами, биологами и другими учеными. «Аркаим» обладает территориальной идентичностью, сплачивая вокруг себя людей, гордящихся прошлым Южного Урала. Учреждение формирует «дух места», рассказывая о людях, населявших древнее городище, уникальных природных объектах. В результате деятельности сообщества, упоминаний в СМИ и PR-деятельности в отношении Аркаима формируется коллективная память, основанная на гордости за Южный Урал, осознании уникальности и древности территории. Все это доказывает ценность данного памятника культуры и обосновывает его включение в символический капитал Челябинской области. Данная концепция органично вплетается в построение альтернативного брендинга региона.

Список источников

- Базикян С. А. Символический капитал территории в медийном отражении (на примере Великого Новгорода) // Вестник ВГУ. Серия: филология. Журналистика. 2017. № 3. С. 111–114.
- Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология / пер. с англ. М. С. Добряковой. Random House, 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.
- Евменов А. Д., Благова И. Ю. Символический капитал как элемент бренда города // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 24–33.
- Загидуллина М. В. Как концепция «открытой лаборатории» Бруно Латура помогает понять феномен Аркаима // Медиасреда. 2021. № 2. С. 57–66.
- Замятина Н. Ю. Символический капитал территории в контексте арктических миграций: взгляд из Норильска // Этнографическое обозрение. 2016. № 4. С. 45–59.
- Каминская Т. Л. Процесс смены власти в регионе и символический капитал территории // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2017. № 4. С. 23–26.
- Леонтьева О. Б. Историческая память и образы прошлого в российской культуре XIX–начала XX вв. Самара: ООО «Книга», 2011. 448 с.

Мельников Е. Р., Осоргин К. С., Столбов В. А. Пермский период как база символического капитала Пермского края // Тенденции пространственного развития современной России и приоритеты его регулирования : материалы Международной научной конференции (XIII Ежегодная научная Ассамблея АРГО), Тюмень, 12–17 сентября 2022 года. Тюмень. Издательство: ТюмГУ-Press. 2022. С. 447–451.

Мухамеджанова Н. М. Символический капитал города Оренбурга в дискурсе социальных медиа // Социально-гуманитарные инновации: стратегии фундаментальных и прикладных научных исследований : Материалы Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Оренбург, 20–21 мая 2021 года. Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2021. С. 548–553.

Пакшина И. А., Калачина О. С. Символический капитал региона в контексте конструирования этнокультурного бренда (кейс Республики Мордовия) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13, № 4. DOI: 10.15862/06SCSK422.

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

Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Динамика исторической памяти в российском обществе (по результатам социологического мониторинга) // Социологические исследования. 2016. № 3 (383). С. 98–107.

Симакова С. И. Аркаим в культурном коде региона: роль массмедиа // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения : Сборник материалов ежегодного 62-го Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 28 июня – 01 июля 2023 года / Отв. редактор А. А. Малышев. Том 1. Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир», 2023. С. 82–83.

Столбов В. А., Тежикова Е. Ю. Символический (имиджевый) капитал городов Пермского края: семантический подход к оценке качества городской среды // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2019. Т. 27, № 1. С. 140–152. DOI 10.22363/2313-2329-2019-27-1-140-152.

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

Токарева Е. А. Историческая память, практики коммемораций и современная политическая история // Вестник МГПУ. Серия «Философские науки». 2021. № 3 (39). С. 28–36. DOI: 10.25688/2078-9238.2021.39.3.03

Федотова Н. Г. Культурный код города // Слово.ру: балтийский акцент. 2022. Т. 13, № 4. С. 10–24. DOI: 10.5922/2225-5346-2022-4-1.

Федотова Н. Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // Вестник Томского государственного университета Культурология и искусствоведение. 2018. № 29. С. 141–155. DOI: 10.17223/22220836/29/13.

Федотова Н. Г. Территориальная идентичность как символический ресурс региона // Вестник Новгородского государственного университета. 2015. № 90. С. 105–109.

Федотова Н. Г. Репрезентация нарративов культурной памяти города в цифровую эпоху // Бренное и вечное: мифология цифровой цивилизации : Материалы Международной научной конференции, Великий Новгород, 27–28 октября 2020 года. Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого. 2021. С. 114–118. DOI 10.34680/978-5-89896-738-3/2021.РЕ.17.

Филиппов Д. Е., Шевченко В. С., Минибаева А. О. Проблема преодоления вызовов в формировании положительного имиджа региона через создание портрета современника: опыт медиагруппы «Наш Челябинск» // Динамика медиасистем. 2022. Т. 2. С. 163–171.

Чумиков А. Н. Альтернативный брендинг региона (на примере Челябинской области) // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 01–02 марта 2022 года / Под редакцией А. Д. Кривоносова. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. 2022. С. 112–114.

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

References

Bazikyan, S. A. (2017). Simvolicheskiy kapital territorii v mediiyom otrazhenii (na primere Velikogo Novgoroda) [Symbolic capital of the territory in media reflection (on the example of Veliky Novgorod)]. *Vestnik VGU. Seriya: filologiya. Zhurnalistsika*, 3, 111–114. (In Russ.).

Bourdieu, P. (2002). Formy kapitala [Forms of capital]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya / per. s angl. M. S. Dobryakovoy*. Random House. Vol. 3, 5, 60–74. (In Russ.).

Evmenov, A. D. & Blagova, I. Yu. (2021). Simvolicheskiy kapital kak element brenda goroda [Symbolic capital as an element of the city brand]. *Peterburgskiy ekonomicheskii zhurnal*, 2, 24–33. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2021). Kak kontseptsiya «otkrytoy laboratorii» Bruno Latura pomagaet ponyat' fenomen Arkaima [How the concept of “open laboratory” by Bruno Latour helps to understand the phenomenon of Arkaim]. *Mediasreda*, 2, 57–66. (In Russ.).

Zamyatina, N. Yu. (2016). Simvolicheskiy kapital territorii v kontekste arkticheskikh migratsiy: vzglyad iz Noril'ska [Symbolic capital of the territory in the context of Arctic migrations: a view from Noril'sk]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 4, 45–59. (In Russ.).

Kaminskaya, T. L. (2017). Protseess smeny vlasti v regione i simvolicheskiy kapital territorii [The process of change of power in the region and the symbolic capital of the territory]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, 4, 23–26. (In Russ.).

Leontyeva, O. B. (2011). Istoricheskaya pamyat' i obrazy proshlogo v rossiyskoy kul'ture XIX–nachala KhKh vv. [Historical memory and images of the past in Russian culture of the 19th–early 20th centuries]. Samara: Kniga LLC. 448 p. (In Russ.).

Melnikov, E. R., Osorgin, K. S. & Stolbov, V. A. (2022). Permskiy period kak baza simvolicheskogo kapitala Permskogo kraya [The Perm period as the base of the symbolic capital of the Perm region]. *Tendentsii prostranstvennogo razvitiya sovremennoy Rossii i prioritety ego regulirovaniya : materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (XIII Ezhegodnaya nauchnaya Assambleya ARGO), Tyumen', 12–17 sentyabrya 2022 goda*. Tyumen. Publisher: Tyumen State University-Press, 447–451. (In Russ.).

Mukhamedzhanova, N. M. (2021). Simvolicheskiy kapital goroda Orenburga v diskurse sotsial'nykh media [Symbolic capital of the city of Orenburg in the discourse of social media]. *Sotsial'no-gumanitarnye innovatsii: strategii fundamental'nykh i prikladnykh*

nauchnykh issledovaniy : Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (s mezhdunarodnym uchastiem), Orenburg, 20–21 maya 2021 goda. Orenburg: Orenburg State University, 548–553. (In Russ.).

Pakshina, I. A. & Kalachina, O. S. (2022). Simvolicheskiy kapital regiona v kontekste konstruirovaniya etnokul'turnogo brenda (keys Respubliki Mordoviya) [Symbolic capital of the region in the context of constructing an ethnocultural brand (the case of the Republic of Mordovia)]. *Mir nauki. Sotsiologiya, filologiya, kul'turologiya*, T. 13, 4. DOI: 10.15862/06SCSK422. (In Russ.).

Panyukova, S. A. & Isakova, T. B. (2021). Reprezentatsiya obraza Arkaima v pol'zovatel'skoy srede (na primere resursa «Yandex Dzen») [Representation of the image of Arkaim in the user environment (using the example of the Yandex Zen resource)]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva*, Vol. 1, 4 (36), 151–158. DOI 10.51965/2076-7919_2021_1_4_151. (In Russ.).

Pokida, A. N. & Zybunovskaya, N. V. (2016). Dinamika istoricheskoy pamyati v rossiyskom obshchestve (po rezul'tatam sotsiologicheskogo monitoringa) [Dynamics of historical memory in Russian society (according to the results of sociological monitoring)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 3 (383), 98–107. (In Russ.).

Simakova, S. I. (2023). Arkaim v kul'turnom kode regiona: rol' massmedia [Arkaim in the cultural code of the region: the role of mass media]. *Media v sovremennom mire. 62-e Peterburgskie chteniya : Sbornik materialov ezhegodnogo 62-go Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma. V 2-kh tomakh, Sankt-Peterburg, 28 iyunya – 01 iyulya 2023 goda / Otv. redaktor A. A. Malyshev.* Volume 1. St. Petersburg: Mediapapir LLC, 82–83. (In Russ.).

Stolbov, V. A. & Tezhikova, E. Yu. (2019). Simvolicheskiy (imidzhevyy) kapital gorodov Permskogo kraia: semanticheskiy podkhod k otsenke kachestva gorodskoy sredy [Symbolic (image) capital of the cities of the Perm region: a semantic approach to assessing the quality of the urban environment]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika*, T. 27, 1, 140–152. DOI 10.22363/2313-2329-2019-27-1-140-152. (In Russ.).

Sudakova, V. V. (2023). Simvolicheskiy kapital territorii kak resurs revitalizatsii: metodiki vyyavleniya [Symbolic capital of the territory as a resource of revitalization: methods of identification]. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya*, 2 (39), 45–49. DOI: 10.36809/2309-9380-2023-39-45-49. (In Russ.).

Tokareva, E. A. (2021). Istoricheskaya pamyat', praktiki kommemoratsiy i sovremennaya politicheskaya istoriya [Historical memory, practices of commemoration and modern political history]. *Vestnik MGPU. Seriya «Filosofskie nauki»*, 3 (39), 28–36. DOI: 10.25688/2078-9238.2021.39.3.03. (In Russ.).

Fedotova, N. G. (2022). Kul'turnyy kod goroda [Cultural code of the city]. *Slovo.ru: baltiyskiy aktsent*, T. 13, 4, 10–24. DOI: 10.5922/2225-5346-2022-4-1. (In Russ.).

Fedotova, N. G. (2018). Simvolicheskiy kapital mesta: ponyatie, osobennosti nakopleniya, metodiki issledovaniya [Symbolic capital of a place: concept, features of accumulation, research methods]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta Kul'turologiya i iskusstvovedenie*, 29, 141–155. DOI: 10.17223/22220836/29/13. (In Russ.).

Fedotova, N. G. (2015). Territorial'naya identichnost' kak simvolicheskiy resurs regiona [Territorial identity as a symbolic resource of the region]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*, 90, 105–109. (In Russ.).

Fedotova, N. G. (2021). Reprezentatsiya narrativov kul'turnoy pamyati goroda v tsifrovuyu epokhu [Representation of narratives of the cultural memory of the city in the digital era]. *Brennoe i vechnoe: mifologiya tsifrovoy tsivilizatsii : Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii, Velikiy Novgorod, 27–28 oktyabrya 2020 goda.* Velikiy Novgorod: Novgorod State University named after Yaroslav the Wise, 114–118. DOI 10.34680/978-5-89896-738-3/2021.PE.17. (In Russ.).

Filippov, D. E., Shevchenko, V. S. & Minibaeva, A. O. (2022). Problema preodoleniya vyzovov v formirovanii polozhitel'nogo imidzha regiona cherez sozdanie portreta sovremennika: opyt mediagruppy «Nash Chelyabinsk» [The problem of overcoming challenges in the formation of a positive image of the region through creating a portrait of a contemporary: the experience of the media group “Our Chelyabinsk”]. *Dinamika mediasistem*, T. 2, 163–171. (In Russ.).

Chumikov, A. N. (2022). Al'ternativnyy brending regiona (na primere Chelyabinskoy oblasti) [Alternative branding of the region (on the example of the Chelyabinsk region)]. *Brending kak kommunikatsionnaya tekhnologiya XXI veka : Materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Sankt-Peterburg, 01–02 marta 2022 goda / Pod redaktsiei A. D. Krivonosova.* St. Petersburg: St. Petersburg State Economic University, 112–114. (In Russ.).

Yuspa, M. M. (2022). Simvolicheskiy kapital: proiskhozhdenie, ponyatie, vidy [Symbolic capital: origin, concept, types]. *Nauchnye trudy Respublikanskogo instituta vysshey shkoly. Filosofsko-gumanitarnye nauki*, 21-1, 265–272. (In Russ.).

Информация об авторе

С. И. Симакова – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры медиапроизводства

Information about the author

Svetlana I. Simakova – Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Media Production

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 12.08.2023; одобрена после рецензирования 03.11.2023; принята к публикации 12.11.2023.

The article was submitted 12.08.2023; approved after reviewing 03.11.2023; accepted for publication 12.11.2023.