

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 97–102.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;1(51): 97–102.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья
УДК 070
DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102

ДИНАМИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АРКАИМА ЧЕРЕЗ ТЕМАТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ИНТЕРНЕТ-СМИ (2022–2023)

Арина Ринатовна Медведева

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, larizy1695@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается контекст публикаций об Аркаиме в интернет-СМИ как компонента пространственной репрезентации заповедника. В рамках того, что Э. У. Соя назвал «пространственным поворотом» в гуманитарных науках, Аркаим можно рассматривать как сеть взаимосвязанных компонентов, которую можно понимать и как буквальный функционал пространства, и как смысловой потенциал. СМИ, таким образом, являются одним из инструментов формирования предустановки восприятия определенного пространства; коллективного понимания и интерпретации заповедника. В связи с этим в статье рассматриваются тематическая динамика Аркаима за 2022–2023 гг., как наиболее актуальный этап репрезентации заповедника. В качестве материала исследования использовались 104 публикации об Аркаиме. Через тематический компонент публикаций, включая группировку по инфоповоду, анализируются аспекты медиафункционирования Аркаима. Выявлено, что доминирующими тематиками при освещении Аркаима в СМИ являются культурная, политическая и туристическая. Результаты исследования позволяют рассматривать стратегию репрезентации Аркаима в медийном пространстве через формирование определенной пространственной ассоциации за счет акцента на событийном компоненте: 1) освещение событий в границах самого Аркаима (фестивали, природные явления и пр.) позволяют выстроить понимание пространства как замкнутой системы связей; 2) освещений внешних итераций Аркаима (выставки, фильмы) и реакция от публичных лиц позволяют выстроить понимание Аркаима через смысловой, интерпретационный аспект.

Ключевые слова: Аркаим, СМИ, журналистика, репрезентация, пространство

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098/>.

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

Original article

DYNAMICS OF REPRESENTATION OF ARKAIM THROUGH THE THEMATIC COMPONENT IN ONLINE MEDIA (2022–2023)

Arina R. Medvedeva

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, larizy1695@yandex.ru

Abstract. This article examines the context of publications about Arkaim in online media as a component of the spatial representation of the reserve. As part of what E. W. Soja has called the “spatial turn” in the humanities, Arkaim can be seen as a network of interconnected components that can be understood as both the literal functionality of space and the potential for meaning. The media, therefore, are one of the tools for forming preset perceptions of a certain space; collective understanding and interpretation of the reserve. In this regard, the article examines the thematic dynamics of Arkaim for 2022–2023, as the most relevant stage in the representation of the reserve. 104 publications about Arkaim were used as research material. Through the thematic component of publications, including grouping by news feed, aspects of the media functioning of Arkaim are analyzed. It was revealed that the dominant topics in the coverage of Arkaim in the media are cultural, political and tourism. The results of the study allow us to consider the strategy of representing Arkaim in the media space through the formation of a certain spatial association through an emphasis on the event component: 1) coverage of events within the borders of Arkaim itself (festivals, natural phenomena, etc.) allow us to build an understanding of space as a closed system of connections; 2) coverage of external iterations of Arkaim (exhibitions, films) and reactions from public figures allow us to build an understanding of Arkaim through the semantic, interpretive aspect.

Key words: Arkaim, media, journalism, representation, space

Acknowledgments: The study was supported by the Russian Science Foundation grant no. 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098/>.

For citation: Medvedeva A. R. (2024). Dynamics of representation of Arkaim through the thematic component in online media (2022–2023). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 1(51): 97–102. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102 (In Russ.).

Динамика медиаконтекста Аркаима

С момента открытия Аркаима данное пространство по-разному репрезентировалось в публичном пространстве: как заповедник, место археологических раскопок, «место силы», «место памяти» (см., например: Загидуллина 2023; Зубанова 2021; Киришин 2021; Сафонов 2021). От фактологического обозначения прямого функционала пространства довольно быстро произошел сдвиг в сторону интерпретации пространства, обозначения уже не прагматичного, но смыслового функционала.

Можно сказать, что проблема изучения репрезентации Аркаима в СМИ попадает под «пространственный поворот» в гуманитарных науках, как это обозначил Э. У. Соия: когда в центре исследовательского внимания оказалось пространство как совокупность связей, а не время и история (Soja 1999: 261). То есть на смену линейной последовательности объектом изучения стала сама система связей и проблема ее репрезентации в медиа. В целом такой акцент на пространстве неизменно связан и с вопросом о предустановке пространства в массовом сознании: создании определенных ожиданий от него, своего рода преаффективных установок. Б. Стобер отмечает, что ключевая роль массмедиа заключается в управлении именно восприятием пространства (Stöber 2006: 27). Эту проблему также можно рассматривать сквозь призму так называемой «пространственной когниции» (environmental cognition), понятия, в которое входят в том числе познание пространства через субъективную информацию, образы и убеждения людей о конкретном пространстве, которые также могут формироваться через массмедиа и влиять на поведение людей по отношению к окружающей среде (Moore, Golledge 1976: 3). Схожий взгляд, хотя и более радикальный, высказывал Э. Рельф: пространство воспринимается только через его «массовую идентичность», а наблюдения конкретных людей «вписываются в готовые схемы, предоставленные средствами массовой информации» (Relph 1976: 60). Всё вышеупомянутое ставит вопрос о вкладе СМИ в формирование такой схемы, предустановки восприятия, в данном случае Аркаима.

И. А. Голованов в 2013 г. отмечал, что Аркаим как объект журналистского описания репрезентируется неоднозначно (Голованов 2013: 27). Аркаим точно на тот момент времени претендует на уникальность в общественном пространстве, однако, с точки зрения федеральных СМИ, это скорее связано с теми древними страницами истории, которые позволяют переосмыслить национальную идею, с точки же зрения уральских региональных СМИ – своего рода «духовный центр», уникальная достопримечательность (Голованов 2013: 28). Объединяющим же началом может являться потенциал Аркаима как триггера для современного мифа за счет фольклорных мотивов при освещении заповедника в СМИ. О мифологизации потенциально привлекательных туристических мест (в том числе Аркаима) в СМИ пишет также Т. В. Савельева (Савельева 2017). Е. К. Созина в своем исследовании медиаинтереса к Аркаиму в том же 2013 г. отмечает, что основными «точками интереса» для посетителей являлись загадка сожжения Аркаима, уровень его развития, Аркаим как «место силы» и совпадения факта открытия города с датой летнего солнцестояния (Созина 2014: 309).

А. Свешников и О. Свешникова также отмечают роль СМИ в формировании публичного образа Аркаима (Свешников, Свешникова 2008); можно даже сказать, в некоторой степени даже стереотипизированного в плане присвоения устойчивых качеств пространству, созданию устойчивой ассоциации.

Если же говорить о развитии репрезентации Аркаима в медиа, то стоит упомянуть тезис Е. В. Куприяновой о том, что в начальном периоде функционирования Аркаима в публичном пространстве (1990–2000-е гг.) в публикациях СМИ были распространены те или иные антинаучные описания Аркаима, что поспособствовало созданию его неомифа (Куприянова 2021: 371). С. И. Симакова, однако, при анализе публикаций об Аркаиме в период 2005–2020 гг. отмечает широкий спектр тематики, связанной с Аркаимом: археология, псевдоархеология, туризм, эзотерика, политика (Симакова 2021: 160), то есть отсутствие единой линии описания Аркаима. Тем не менее М. В. Загидуллина полагает, что в научном дискурсе о роли СМИ в формировании общественного мнения об Аркаиме не всегда хватает количественных данных (Загидуллина 2021), которые более точно позволили бы отразить динамику контекста репрезентации Аркаима.

Таким образом, устойчивый нарратив в официальных СМИ относительно Аркаима как будто бы не сформировался. Были периоды и резкой критики посетителей-эзотериков, и позиционирование Аркаима как «места силы». Тем не менее в данном исследовании рассматривается динамика развития описания Аркаима в медиа в последние годы.

Методология исследования

Методом сплошной выборки для анализа использовались 104 публикации об Аркаиме из интернет-СМИ за последние два года (2022–2023).

В рамках исследования публикации были классифицированы по тематике и сгруппированным инфоповодам.

Были выделены следующие тематики:

- научная (публикации, связанные с археологической информацией);
- туристическая (публикации, связанные с информацией об Аркаиме как туристическом направлении: обновление пространства в связи с потребностями туристов, открытие новых объектов);
- культурная (публикации, связанные с культурными мероприятиями, арт-объектами, популяризация Аркаима средствами культуры);
- политическая (публикации, связанные с участием политических деятелей в работе и функционировании Аркаима, кадровые перестановки);
- эзотерическая (публикации, связанные с восприятием Аркаима как «местом силы»);
- природная (публикации, связанные с природной составляющей Аркаима: позиционирование Аркаима как заповедника).

Также были выделены следующие сгруппированные инфоповоды:

- проведение культурных мероприятий (фестивали, шоу);
- археологические находки/открытия;
- данные о популярности Аркаима;
- природные события на Аркаиме;
- популяризация Аркаима средствами культуры: фильмы, арт-объекты, выставки;
- обновление пространства Аркаима в связи с туристическими потребностями;
- туристический опыт посещения Аркаима;
- внимание к Аркаиму со стороны узнаваемых лиц;
- интерпретация пространства Аркаима;
- технические данные о заповеднике.

Тренды развития контекста Аркаима в СМИ (2022–2023)

Если говорить в целом, то 2022 год был более богат на публикации об Аркаиме (61 публикация против 43 в 2023). С точки зрения тематики, самой продуктивной в 2022 г. была культурная тематика (21 публикация), которая выражалась в освещении выхода фильма «Аркаим. Колесница времени», выставки «Перекресток миров. Аркаим», фестиваля «Пламя Аркаима» и пр. Другой продуктивной тематикой стала туристическая (18 публикаций), связанная с обновлением пространства заповедника под нужды туристов. С сильным отрывом от предыдущих тематик представлена и политическая тематика (9 публикаций). Наименее актуальными были эзотерическая, природная и научная тематики. Общее распределение тематик по годам представлено на рис. 1.

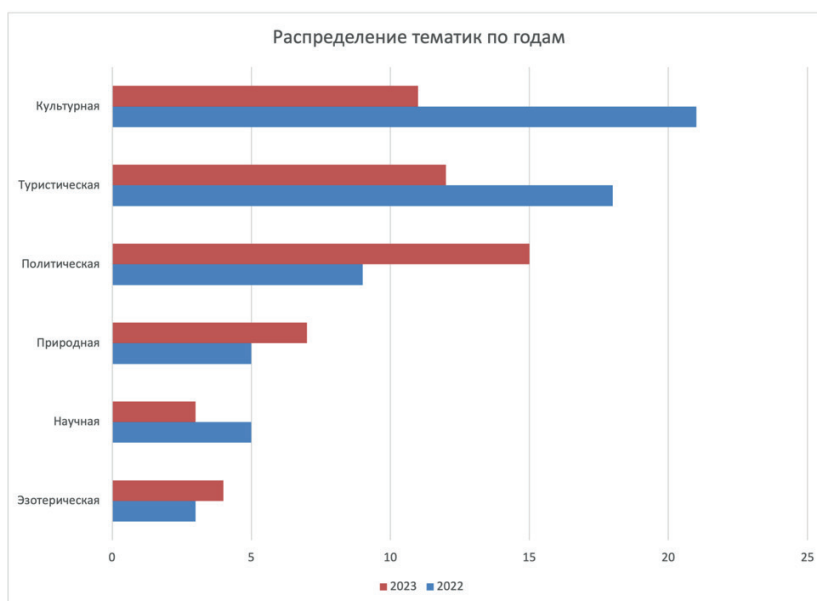


Рис. 1. Диаграмма распределения тематик по годам

В 2023 г. актуальные тематики остались те же: политическая (15 публикаций), туристическая (12 публикаций) и культурная (11 публикаций), хотя лидирующие позиции изменились. Количество менее актуальных тематик (научная, природная и эзотерическая) не сильно изменилось.

Таким образом, можно обобщить, что основной упор в позиционировании Аркаима делается именно на культурную, политическую и туристическую тематику. Научная тематика в интернет-СМИ представлена слабо, но и эзотерическая тематика тоже.

Если же обращаться к инфоповодам, которые и провоцируют актуализацию той или иной тематики, то их динамика по годам складывается следующим образом.

Для 2022 г. характерными инфоповодами стали те события, что, по сути, относятся к популяризации Аркаима средствами культуры через фильмы, арт-объекты, выставки (среди уже упомянутых – фильм «Аркаим. Колесница времени», выставка «Перекресток миров. Аркаим»). Количество таких публикаций (23) сильно опережает все другие инфоповоды как в 2022 г., так и в 2023 г. Двумя другими продуктивными инфоповодами в 2022 г. стали проведение культурных мероприятий на самом Аркаиме (фестивали «Пламя Аркаима», «Крынка») (8 публикаций) и описание природных событий на Аркаиме (нередко привязанные к определенному государственному символизму, например, расцветший миндаль к 9 мая) (7 публикаций).

Несколько менее продуктивными стали инфоповоды об обновлении пространства заповедника для туристических нужд, вхождении Аркаима в разные топы, свидетельствующие о его туристическом потенциале, и инфоповод об археологических находках (все инфоповоды представлены в количестве пяти публикаций).

В 2023 г. наиболее продуктивными вновь являются инфоповоды популяризации Аркаима средствами культуры (хотя количество таких публикаций снизилось более чем вдвое – 8 публикаций за год), проведение культурных мероприятий (8 публикаций), природные события на Аркаиме (7 публикаций), обновление пространства заповедника для туристических нужд (7 публикаций). Второстепенными инфоповодами стали внимание к Аркаиму со стороны медийных лиц, археологические находки и интерпретация пространства Аркаима.

На сопоставлении данных по двум годам можно обозначить усредненные показатели представленности Аркаима в СМИ без дополнительных инфоповодов (аномалий) – по 7–8 публикаций о природе, культурных мероприятиях и туризме. Тем не менее стоит заметить, что тематической доминантой остается именно культурная составляющая – акцент делается на выставках, мероприятиях, рефлексии по поводу Аркаима в фильмах.

Общее распределение инфоповодов по годам представлено на рис. 2.



Рис. 2. Диаграмма распределения инфоповодов по годам

Заключение

Таким образом, из общих трендов динамики медиаконтекста Аркаима за 2022–2023 гг. можно выделить следующее:

– в медиаповестке практически не представлен сугубо эзотерический дискурс (хотя остаются единичные случаи, когда эта тематика используется напрямую для определения Аркаима, в том числе

на уровне заголовка: В излюбленном месте отдыха эзотериков поставили аллею деревянных идолов во главе с Шигиром // Российское информационное агентство «Новый День». URL: <https://newdaynews.ru/ekaterinburg/798908.html>);

– больший упор при освещении Аркаима делается на культурных мероприятиях и итерациях пространства в иных форматах: фильмах, выставках;

– значительно возросла политическая тематика, что объясняется большим вниманием со стороны администрации области (ряд публикаций фиксируется на активном участии политиков в развитии заповедника: Супруги Текслеры презентовали в Госдуме один из брендов региона // Информационно-аналитическое агентство «УРА.РУ». URL: <https://ura.news/news/1052605330>; Ирина Текслер рассказала об Аркаиме на международном бизнес-форуме в Индии // АО «Обл-ТВ». URL: <https://www.1obl.ru/news/o-lyudyakh/irina-teksler-rasskazala-ob-arkaime-na-mezhdunarodnom-biznes-forume-v-indii/>);

– сохраняется «традиция» включения природной тематики в публикации (Аркаим как заповедник);

– закономерно сохраняется поддержание туристических аспектов функционирования Аркаима (В заповеднике «Аркаим» построят комфортабельные домики для туристов // Сетевое издание «ПЧЕЛА». URL: <https://pchela.news/news/detail/31825>).

Возвращаясь к тезису о формировании предустановки восприятия пространства в СМИ, можем отметить, что основной стратегией становится развитие событийного компонента. Это объясняется жанровой доминантой новостной заметки при включении Аркаима в публичный дискурс (при редком использовании интервью, репортажа или аналитических статей). Событийный компонент позволяет, с одной стороны, формировать представление об Аркаиме как системе внутренних связей: что происходит непосредственно в границах пространства (что и выражается через новости о фестивалях на территории заповедника, природных явлениях, повышении уровня комфорта для туристов). С другой стороны, формируется и представление о внешних связях – как Аркаим связан с разными структурами общества (выражается через обратную связь об Аркаиме, его оценку со стороны публичных лиц, перенос пространства в иную плоскость – выставку, фильм и пр.). Именно последний аспект позволяет в том числе выстраивать интерпретацию заповедника (поиск смыслового функционала Аркаима), его место в публичной системе связей.

Список источников

Голованов И. А. Аркаимская долина: фольклорная интерпретация пространства в региональных СМИ и устных рассказах // Челябинский гуманитарий. 2013. № 4 (25). С. 27–32.

Загидуллина М. В. Археологическая тематика в СМИ в аспекте «публичной археологии» // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 1. С. 40–48.

Загидуллина М. В. Культура научной популяризации в профессиональной журналистике: между скандалом и скукой (на примере археологии) // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения. 2023. С. 66–67.

Зубанова Л. Б. Археологический памятник Аркаим в восприятии жителей Челябинска // Научные школы. Молодежь в науке и культуре XXI века. 2021. С. 66–68.

Киршин Б. Н. Аркаим: актуальные смыслы для региональной и глобальной повестки // Челябинский гуманитарий. 2021. № 3 (56). С. 7–11.

Куприянова Е. В. Изменения приоритетов в освещении археологических памятников в СМИ с начала 1990-х годов до современности (на примере поселения Аркаим в Челябинской области) // Пользовательский контент в современной коммуникации. 2021. С. 370–373.

Савельева Т. В. Мифотворчество как медиатеchnология XXI века // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 87–91.

Сафонов А. В. Формально-содержательная специфика системы образов в постах и комментариях на тему археологии публичных социальных сетей // Пользовательский контент в современной коммуникации. 2021. С. 432–435.

Свешников А., Свешникова О. Здесь ли родился Заратустра? Или пути и последствия спасения одного археологического памятника // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2008. № 1. С. 207–218.

Симакова С. И. Образ Аркаима в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 158–167.

Созина Е. К. Историко-археологический комплекс Аркаим в современном медиапространстве // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве. М., 2014. С. 308–309.

Moore G. T., Gollidge R. G. Environmental Knowing: Concepts and Theories // G. T. Moore and R. G. Gollidge (eds) Environmental Knowing. Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson and Ross, 1976. P. 3–24.

Relph E. Place and Placelessness. London: Pion, 1976. 156 p.

Soja E. W. Thirdspace: Expanding the Scope of the Geographical Imagination // Massey, D., Allen, J. and Sarre, P. (eds.) Human Geography Today. Cambridge: Policy Press, 1999. P. 260–278.

Stöber B. Media geography. From Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings // Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies. 2006. P. 27–42.

References

Golovanov, I. A. (2013). Arkaimskaya dolina: fol'klornaya interpretaciya prostranstva v regional'nyh SMI i ustnyh rasskazah [Arkaim Valley: folklore interpretation of space in regional media and oral stories]. *Chelyabinskij gumanitarij*, 4 (25), 27–32. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2021). Arheologicheskaya tematika v SMI v aspekte «publichnoj arheologii» [Archaeological topics in the media in the aspect of “public archaeology”]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*, 1, Vol. 27, 40–48. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2023). Kul'tura nauchnoj popularizatsii v professional'noj zhurnalistike: mezhdru skandalom i skukoj (na primere arheologii) [The culture of scientific popularization in professional journalism: between scandal and boredom (using the example of archeology)]. *Media v sovremennom mire. 62-e Peterburgskie chteniya*, 66–67. (In Russ.).

Zubanova, L. B. (2021). Arheologicheskij pamyatnik Arkaim v vospriyatii zhitelej CHelyabinska [Archaeological monument Arkaim in the perception of residents of Chelyabinsk]. *Nauchnye shkoly. Molodezh' v nauke i kul'ture XXI veka*, 66–68. (In Russ.).

Kirshin, B. N. (2021). Arkaim: aktual'nye smysly dlya regional'noj i global'noj povestki [Arkaim: current meanings for the regional and global agenda]. *CHelyabinskij gumanitarij*, 3 (56), 7–11. (In Russ.).

Kupriyanova, E. V. (2021). Izmeneniya prioritetov v osveshchenii arheologicheskikh pamyatnikov v SMI s nachala 1990-h godov do sovremenosti (na primere poseleniya Arkaim v CHelyabinskoj oblasti) [Changes in priorities in the coverage of archaeological sites in the media from the early 1990s to the present (using the example of the Arkaim settlement in the Chelyabinsk region)]. *Pol'zovatel'skij kontent v sovremennoj kommunikatsii*, 370–373. (In Russ.).

Savel'eva, T. V. (2017). Mifotvorchestvo kak mediatekhnologiya XXI veka [Myth-making as a media technology of the 21st century]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2 (24), 87–91. (In Russ.).

Safonov, A. V. (2021). Formal'no-soderzhatel'naya specifika sistemy obrazov v postah i kommentariyah na temu arheologii pablikov social'nyh setej [Formal and content specificity of the system of images in posts and comments on the topic of archeology of public social networks]. *Pol'zovatel'skij kontent v sovremennoj kommunikatsii*, 432–435. (In Russ.).

Sveshnikov, A. & Sveshnikova, O. (2008). Zdes' li rodilsya Zaratustra? Ili puti i posledstviya spaseniya odnogo arheologicheskogo pamyatnika [Was Zarathustra born here? Or the ways and consequences of saving one archaeological site]. *Neprikosnovennyj zapas. Debaty o politike i kul'ture*, 1, 207–218. (In Russ.).

Simakova, S. I. (2021). Obraz Arkaima v SMI [The image of Arkaim in the media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 4 (42), 158–167. (In Russ.).

Sozina, E. K. (2014). Istoriko-arheologicheskij kompleks Arkaim v sovremennom mediaprostranstve [Historical and archaeological complex Arkaim in the modern media space]. *Zhurnalistika v 2013 godu: regiony v rossijskom mediaprostranstve*. Moscow, 308–309. (In Russ.).

Moore, G. T. & Gollidge, R. G. (1976). Environmental Knowing: Concepts and Theories. *Environmental Knowing*, Stroudsburg, PA, Dowden, Hutchinson and Ross, 3–24.

Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*, London, Pion, 156 p.

Soja, E. W. (1999). Thirdspace: Expanding the Scope of the Geographical Imagination. *Human Geography Today*. Cambridge, Policy Press, 260–278.

Stöber, B. (2006). Media geography. From Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings. *Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies*, 27–42.

Информация об авторе

А. Р. Медведева – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории медиа.

Information about the author

Arina R. Medvedeva – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Media Theory.

Статья поступила в редакцию 13.03.2024; одобрена после рецензирования 21.03.2024; принята к публикации 23.03.2024.
The article was submitted 13.03.2024; approved after reviewing 21.03.2024; accepted for publication 23.03.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.