

Научная статья
УДК 930.2:94(470.55):070:94
<https://doi.org/10.20310/1810-0201-2025-30-2-527-540>



Формирование символического капитала памятника археологии «Аркаим»: историческая ретроспектива

Светлана Ивановна Симакова 

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
454001, Российская Федерация, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129
simakovi@mail.ru

Аннотация

Актуальность. Многогранный, сложный образ Аркаима, который включает в себя археологический, исторический, мистический, туристический аспекты, формировался на протяжении более 37 лет. С 1987 г. по настоящее время археологический памятник привлекает внимание средств массовой коммуникации, научных исследователей, представителей власти. Цель исследования – рассмотреть образ Аркаима как элемент символического капитала Челябинской области в текстах средств массовой коммуникации, начиная с 1987 г. по настоящее время, в исторической перспективе и с точки зрения эволюции средств массовой коммуникации.

Материалы и методы. Рассмотрена эволюция образа Аркаима в текстах средств массовой коммуникации в исторической перспективе и с точки зрения их эволюции. Были проанализированы материалы средств массовой информации, начиная с 1987 г., в общем объеме более 1000 единиц и результаты анкетирования посетителей музея-заповедника, проведенного в 2023 и 2024 гг. Основными методами исследования выступили сравнительно-исторический метод, тематический анализ и опрос.

Результаты исследования. Для удобства рассмотрения материал разделен на три периода: 1) 1987–1997 гг., когда велась борьба за спасение археологического памятника от затопления и строился его образ, именно в этот период вокруг Аркаима складываются мистические и антинаучные мифы; 2) 1997–2007 гг., когда велся поиск идентичности Аркаима; 3) 2007 г. – настоящее время, когда Аркаим функционирует в рамках туристического центра, привлекающего внимание как любителей научного туризма, мистических и духовных практик, ученых-исследователей, так и представителей власти. Исторически данные периоды соответствуют переломным моментам в истории России, рассмотрено, как именно исторический фон повлиял на складывание образа Аркаима. С точки зрения развития средств массовой коммуникации выделенные периоды соответствуют расцвету «традиционных» СМИ (теле-, радио- и печатные СМИ), во втором периоде им на смену приходят интернет-СМИ, а в третьем периоде их сменяют социальные медиа. В результате кардинальной смены вида и формы коммуникации меняется и формат развития образа Аркаима как элемента символического капитала Челябинской области.

Выводы. Формирование символического капитала Аркаима прошло три ключевых этапа, отражающих как исторические трансформации в России, так и эволюцию медиа – от борьбы за сохранение памятника до его мифологизации и современного позиционирования как

туристического и духовного центра. Выявлен дисбаланс между официальным научно-историческим образом Аркаима в СМИ и его восприятием аудиторией как «места силы», что требует гибридных медиастратегий, сочетающих фактологию и культурные смыслы. Аркаим обладает потенциалом для включения в национальную идею России, однако его дальнейшее развитие зависит от согласования научного, духовного и туристического дискурсов при сохранении аутентичности.

Ключевые слова: Аркаим, археологический памятник Аркаим, музей-заповедник Аркаим, образ Аркаима, символический капитал, средства массовой коммуникации, Челябинская область

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

Вклад автора: С.И. Симакова – постановка проблемы исследования, анализ материалов средств массовой информации, проведение опроса, обработка полученных данных, формулировка выводов и результатов исследования, написание черновика рукописи.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Симакова С.И. Формирование символического капитала памятника археологии «Аркаим»: историческая ретроспектива // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2025. Т. 30. № 2. С. 527-540. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2025-30-2-527-540>

Original article

<https://doi.org/10.20310/1810-0201-2025-30-2-527-540>

The symbolic capital formation of the Arkaim archaeological monument: a historical retrospective

Svetlana I. Simakova 

Chelyabinsk State University

129 Brat'ev Kashirinykh St., Chelyabinsk, 454001, Russian Federation

simakovi@mail.ru

Abstract

Importance. The multifaceted, complex image of Arkaim, which includes archaeological, historical, mystical, and tourist aspects, has been formed over more than 37 years. From 1987 to the present, the archaeological site has attracted the attention of the mass media, scientific researchers, and government officials. The purpose of the research, the results of which are presented in the study, is to consider the Arkaim image as an element of the symbolic capital of the Chelyabinsk region in the mass media texts, from 1987 to the present, in a historical perspective and from the point of view of the evolution of mass communication media.

Materials and Methods. The evolution of the Arkaim image in the texts of the mass communication media from a historical perspective and from the point of view of their evolution is considered. The materials of the mass media, starting from 1987, in a total volume of more than 1,000 units and the results of a survey of visitors to the museum-reserve, conducted in 2023 and 2024, are analyzed. The main research methods are the comparative historical method, thematic analysis and survey.

Results and Discussion. For ease of review, the material is divided into three periods: 1) 1987–1997, when there was a struggle to save the archaeological site from flooding and its image was being built; it was during this period that mystical and anti-scientific myths were formed around Arkaim; 2) 1997–2007, when the search for Arkaim’s identity was underway; 3) 2007 – present, when Arkaim functions as a tourist center, attracting the attention of both lovers of scientific tourism, mystical and spiritual practices, research scientists, and government officials. Historically, these periods correspond to turning points in the history of Russia, it is considered how exactly the historical background influenced the formation of the image of Arkaim. In terms of mass media development, the periods identified correspond to the heyday of “traditional” media (TV, radio and print media), in the second period they are replaced by online media, and in the third period they are replaced by social media. As a result of the radical change in the type and form of communication, the development format of the image as an element of the symbolic capital of the Chelyabinsk region also changes.

Conclusion. The formation of the symbolic capital of Arkaim went through three key stages, reflecting both historical transformations in Russia and the evolution of the media – from the struggle to preserve the monument to its mythologization and modern positioning as a tourist and spiritual center. An imbalance is revealed between the official scientific and historical image of Arkaim in the media and its perception by the audience as a “place of power”, which requires hybrid media strategies combining factuality and cultural meanings. Arkaim has the potential to be included in the national idea of Russia, but its further development depends on the harmonization of scientific, spiritual and tourist discourses while maintaining authenticity.

Keywords: Arkaim, archaeological site Arkaim, Arkaim Museum-Reserve, Arkaim image, symbolic capital, mass communication media, Chelyabinsk region

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

Authors’ Contribution: S.I. Simakova – research problem statement, mass communication media materials analysis, received data processing, conclusions and research results formulation, manuscript draft writing.

Conflict of Interests. The author declares no conflict of interests.

For citation: Simakova, S.I. (2025). The symbolic capital formation of the Arkaim archaeological monument: a historical retrospective. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* = *Tambov University Review. Series: Humanities*, vol. 30, no. 2, pp. 527-540. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2025-30-2-527-540>

АКТУАЛЬНОСТЬ

Ученые, изучающие образ Аркаима, отмечают, что этот феномен имеет особенное значение для формирования символического капитала Челябинской области. Символическая сила Аркаима способна «позитивно трансформировать имидж региона, сделать Челябинскую область более заметной на карте глобального мира» [1, с. 9]. Аркаим называют «интегрирующим основанием «символического капитала места», в котором переплетаются архетипические образы <...>, магические и эзотерические мотивы <...> и прагматические инструменты маркетинга и

имиджевого позиционирования территории» [2, с. 288], а также научным идентификатором нового «альтернативного брендинга» Челябинской области, основанного на «природных чудесах» и «белых технологиях» в противовес старому промышленному производству [3, с. 111].

Аркаим как заповедник, туристический объект привлекает внимание средств массовой коммуникации, научных исследователей, туристов, блогеров, представителей властных структур. В результате медийной деятельности всех этих групп на протяжении более чем 37 лет складывается сложный и многогранный образ Аркаима, привлекающий к себе большой исследовательский интерес.

Цель исследования: рассмотреть эволюцию образа Аркаима как элемента символического капитала Челябинской области в текстах средств массовой коммуникации (СМК), начиная с 1987 г. по настоящее время, в исторической перспективе и с точки зрения эволюции СМК.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В исследовании использовались материалы СМИ, охватывающие период с 1987 г., общим объемом свыше 1000 публикаций. Дополнительным источником данных стали анкетные опросы посетителей музея-заповедника, проведенные в 2023 и 2024 гг. Основу методики составил сравнительно-исторический анализ, позволяющий выявить закономерности в развитии изучаемых явлений. Тематический анализ применялся для систематизации информации и выделения ключевых аспектов. Для сбора актуальных данных был использован метод опроса, дающий представление о мнениях и предпочтениях респондентов. Сочетание этих методов обеспечило комплексный подход к исследованию. В результате удалось получить достоверные выводы на основе разнообразных источников информации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Период первый: борьба за Аркаим и эйфория от победы, 1987–1997 гг. Археологический памятник «Аркаим» был обнаружен в 1987 г. группой ученых, занимающихся исследованием территории, подлежащей затоплению в рамках строительства Караганского водохранилища. Через год после его открытия территорию планировалось затопить. Лишь благодаря активной позиции общественности запуск плотины удалось отсрочить до окончания археологических работ. В 1991 г. решением совета министров РСФСР территорию Аркаимской долины признали заповедной [4, с. 12-13]. Именно с этой борьбой общественности за спасение Аркаима связан первый выделяемый нами

период медийного освещения образа Аркаима в средствах массовой коммуникации.

Исторически он соответствует периоду перестройки, длящемуся с 1985 по 1991 г., а также эпохе либеральных реформ периода президентства Б.Н. Ельцина. Слом старой системы общественно-политического управления и становление новой привели к необходимости поиска новых смыслов. Одним из таких новых смыслов стал Аркаим.

В рамках эволюции средств массовой коммуникации этот период соответствует периоду расцвета газет и журналов, телевидения и радио как «традиционных» средств массовой коммуникации. Именно через эти СМК осуществлялся диалог между общественностью и представителями власти.

В библиографических указателях (Аркаим 1987–1997; Аркаим в прессе Южного Урала) приведен список статей в газетах и журналах, освещающих открытие и борьбу за сохранение Аркаима [5]. В прессе публиковались, например, открытые письма коллективов¹, отдельных журналистов² и частных лиц³, выступающих за сохранение памятника. Публикуются ответы на открытые письма⁴ и постановления властных органов⁵.

¹ Аркаим – город прошлого без будущего?: Открытое письмо сотрудников Челяб. геолого-разведывательной экспедиции начальнику обл. произв. упр. мелиорации и водного хозяйства тов. Усцеломову В.Г. // Комсомолец. 1988. 13 февр. № 19-21. С. 2; *Никонов Н.Г., Чурсин В.А., Лукьянин В.П., Блинов В.А.* С тревогой и надеждой // Наука Урала. 1988. 9 марта. С. 5.

² *Радченко Е.* Аркаим – крупнейшее открытие или невозвратимая потеря археологической науки? // Комсомольская правда. 1988. 3 мая.

³ *Леонтьев Г.* В Аркаим – на верблюде... // Комсомолец. 4 февр. С. 5; *Массон В.* Памятник необходимо спасти // Наука Урала. 23 марта. С. 4; *Кузьмина Е.Е.* Аркаим не должен быть разрушен! // Вестник музейной комиссии: семиотика, философия, история, народоведение, культурология, социология. Вып. 1. Москва, 1990. С. 186-190.

⁴ *Коротких Н.П., Викул Б.В.* Аркаим // Комсомолец. 1989. 25 марта. С. 4.

⁵ О выступлении газеты «Комсомолец» «Аркаим – крупнейшее открытие археологической науки или невозвратимая потеря?» и формирование студенческого специализированного отряда «Древность»: Излож.

При этом коммуникация в таком «открытом» способе общения затруднена. Так, между статьей «Аркаим – заложник вечности или <...> облводхоза?»⁶, вышедшей в газете «Комсомолец» 7 января 1989 г., и ответом на это письмо прошло три месяца: специалисты Челябинского водоблхоза ответили на эту статью в газете «Комсомолец» 25 марта того же года⁷. А ответ на обращение газеты «Комсомолец» от 16 января, в котором заявлялось, что «Аркаим – важная страница нашей истории, и нельзя допустить, чтобы она осталась непрочитанной»⁸, поступил 5 марта⁹.

Одновременно с этим начинается процесс осмысления исторической значимости этого памятника. В многочисленных интервью археолог Г.Б. Зданович рассказывает об истории открытия памятника, его исторической и археологической важности и необходимости сохранения уникальности¹⁰.

Борьба за сохранение памятника оказалась выигранной: в 1991 г. Совет Министров РСФСР принял решение о прекращении строительства гидроузла и о создании на территории Караганской долины историко-ландшафтного заповедника «Аркаим». Это стало настоящим прецедентом. По словам Б.Г. Здановича, «едва ли не впервые в отечественной истории в практической плоскости был поставлен вопрос: что важнее для страны – культурно-историческая ценность памятника древности или конкретная экономическая выгода?» [4, с. 13-14].

Постановления обкома ВЛКСМ // Комсомолец. 5 марта. С. 2.

⁶ Радченко Е. Аркаим – заложник вечности или <...> облводхоза? // Комсомолец. 1989. 7 янв. С. 3.

⁷ Коротких Н.П., Викул Б.В. Аркаим...

⁸ Зданович Г.Б. Аркаим – крупнейшее открытие археологической науки или невозвратимая потеря?: Беседа с историком / вела Е. Радченко // Комсомолец. 1988. 16 янв. С. 8.

⁹ О выступлении газеты «Комсомолец» «Аркаим – крупнейшее открытие археологической науки или невозвратимая потеря?» и формирование студенческого специализированного отряда «Древность»: Излож. Постановления обкома ВЛКСМ // Комсомолец. 1988. 5 марта. С. 2.

¹⁰ Зданович Г.Б. Аркаим – крупнейшее открытие археологической науки или невозвратимая потеря?...

В условиях, когда страна перестраивалась и искала новые смыслы, Аркаим стал символом открытости, гласности, первопреходцем в превращении Южного Урала в открытую зону. В 1990–1991 гг. на Аркаиме работали группы школьников из США по программе People to people, в 1991 г. документальный фильм об Аркаиме снимала французская кинокомпания «К-10 Видео», в эти же годы на Аркаиме работали ученые из США, Канады, Франции, Германии [4, с. 16].

Дальнейшее активное освоение символического капитала Аркаима, которое началось после победы в борьбе за его сохранение, названо нами эйфорией после победы. Именно на этом этапе в образ Аркаима начинают закладываться смыслы, ставшие основой современного мифотворчества вокруг этого явления. Здесь можно отметить как научно-популярные публикации, так и публикации, основанные на догадках и предположениях, а также антинаучных теориях. В 1990–2000 гг. более двух третей всех газетных публикаций «так или иначе упоминали в тексте антинаучную информацию и способствовали тем самым укреплению в массовом сознании неомифов относительно археологического памятника» [6, с. 371].

Так, в статьях 1991 г. «Три чуда Аркаима» и «От Аркаима до Стоунхенджа» К. Быструшкина рассказывает о том, как восстанавливается в заповеднике растительный и животный мир, о высокой экологичности архитектуры древнего Аркаима, об Аркаиме как одной из обсерваторий Древнего мира¹¹. Еще один миф описан в статье С. Кашницкого «Аркаим – родина Заратустры?» 1990 г.¹²; в статье 1992 г. «Так говорит Заратустра» А. Корецкого¹³. В материале «Зороастрийцы. Вера и обычаи»¹⁴ сравниваются захо-

¹¹ Быструшкин К. Три чуда Аркаима // За коммунизм. 1991. 16 мая. С. 3.

¹² Кашницкий С. Аркаим – родина Заратустры? // Южный Урал. 1990. 4 авг. С. 8-9.

¹³ Корецкий А. «Так говорил Заратустра...» // Голос. 1992. Дек. № 46. С. 8.

¹⁴ Бойс М. Зороастрийцы. Вера и обычаи. Санкт-Петербург: Центр «Петербургское востоковедение», 1994. С. 273-278.

ронения Синташтинского могильника с зороастрийскими погребальными обычаями. В. Моисеев в статье «Где твоя могила, Зороастр?»¹⁵ рассуждает, что место погребения пророка первой мировой религии зороастризма находится в Синташте.

В формирование символического капитала Аркаима как эзотерического места большой вклад внесли астрологи Павел и Тамара Глоба: можно обратить внимание на интервью с ними, вышедшие в 1991 г.: «Наш водолейский городок»¹⁶, «Придет время Нового Правления»¹⁷, «Конец света отменяется»¹⁸, а также вышедшие в 1992 г. интервью «Три года над пропастью»¹⁹, материал о мнении астрологов П. Глобы и Т. Глобы «Дорожная карта судьбы»²⁰ и др. Ф. Хасанов, любитель-топонимист, в статье 1993 г. «Аркаим – родина амазонок?»²¹ предлагает свои версии прочтения некоторых топонимов Южного Урала на основе тюркских языков и описывает еще один популярный сегодня миф об Аркаиме.

Наряду с этим Аркаим в 1987–1997 гг. переживал признание в современной науке. Большой интерес в академических кругах привел к появлению множества научных публикаций [7]. Впрочем, этот процесс шел с некоторыми трудностями из-за интереса, который к Аркаиму проявляла широкая общественность, а также представители «нетрадиционных» форм знания: астрологии, экстрасенсорики и т. п.

¹⁵ Моисеев В. Где твоя могила, Зороастр? // Хроника. 1995. 25 мая. С. 8.

¹⁶ Глоба П.П. Наш водолейский городок: Беседа с астрологом: вела Е. Радченко // Челябинский рабочий. 1991. 17 нояб. С. 5-6.

¹⁷ Глоба Т. Придет время Нового Правления...: Беседа с астрологом / вела Е. Радченко // Вечерний Челябинск. 1991. 24 июня.

¹⁸ Садчикова Л. Тамара Глоба: «Конец света отменяется» // Челябинский рабочий. 1991. 27 июня. С. 4.

¹⁹ Глоба Т. Три года над пропастью: Интервью с астрологом / вела Ю. Смирнова // Аргументы и факты. 1992. Окт. С. 8.

²⁰ Степанов И. Дорожная карта судьбы // Уик-энд. 1992. Окт. С. 8.

²¹ Хасанов Ф. Аркаим – родина амазонок? // Человек. 1993. № 4/6. С. 9.

Период второй: поиск идентичности, 1997–2007 гг. После открытия Аркаима, его спасения от затопления и первой волны интереса к нему встал вопрос о том, как его развивать. Идея превращения Аркаима в туристический центр звучала еще в 1887–1997 гг.²², однако, именно после 1997 г. она встала в полный рост. С 1998 г. на Аркаиме начали проводиться фольклорно-этнографические фестивали, в 2004 г. был открыт Музей природы и человека. Исторически это период окончания президентства Бориса Ельцина и начала президентства Владимира Путина, когда сильны были либеральный, западный взгляд на науку и развитие территории. А. Валеев в статье, вышедшей в 2005 г. в газете «Челябинский рабочий», отмечал, что на Аркаиме нет туристической инфраструктуры, как территории, принадлежащей Ильменскому заповеднику, любая деятельность на ней запрещена по закону, из-за этого Аркаим долгое время не развивался²³.

В 2005 г. наблюдается новый всплеск интереса к Аркаиму, который связан с визитом в заповедник президента России Владимира Путина²⁴. Многие увидели в этом визите «поиски национальной идеи и знаковых мест на территории современной России»²⁵.

Начало XXI века – период развития электронных средств массовой коммуникации. Еще сильны и развиты «традиционные» СМИ, но уже многие из них переходят в

²² Красуский В. Индустрия туризма на Южном Урале – фантазия или веление времени? // Комсомолец. 1989. 17 июня; Беспалова В. Аркаим и туризм // Вечерний Челябинск. 1991. 3 янв.; Селезнев В. Зачем нам нужен Аркаим? // За коммунизм. 1991. 28 марта.

²³ Валеев А. Аркаим после Путина // Челябинский рабочий. 2005. 27 авг. URL: https://urbibl.ru/Stat/Arkaim/arkaim_posle_putina.htm (дата обращения: 27.01.2025).

²⁴ Ильина Д., Стерехов М. К нам приехал президент // Вечерний Челябинск. 2005. 17 мая. С. 1; Президент на Южном Урале // Южноуральская панорама. 2005. 17 мая. С. 1; Григорьев Г. Тут был Путин и мы // Челябинский рабочий. 2005. 19 мая. С. 6; Иванова Г. Зачем Владимир Путин ездил в Аркаим? // Магнитогорский металл. 2005. 19 мая. С. 1.

²⁵ Валеев А. Аркаим после Путина // Челябинский рабочий. 2005. 27 авг. URL: https://urbibl.ru/Stat/Arkaim/arkaim_posle_putina.htm (дата обращения: 27.01.2025).

электронный формат. Это приводит к тому, что сайты становятся не только местом публикации информации, но и местом межличностного общения [8, с. 87]. В результате облегчается обратная связь и увеличивается скорость распространения новостей. Теперь для того, чтобы донести информацию до потребителя, достаточно написать статью и выложить ее в Интернет, вместо того, чтобы долго готовить текст, верстать его в макет издания, ждать выхода из типографии и осуществлять доставку до почтового ящика. Плюсы Интернета (оперативность, свобода формата) начинают перевешивать плюсы печатных изданий («возможность возвращаться к уже прочитанному материалу, осязаемость, высокий авторитет печатных СМИ в обществе, использование печатных СМИ в качестве сувенира») [9, с. 57].

Наряду с большим количеством публикаций об Аркаиме в печатных средствах массовой коммуникации появляются и сообщения на сайтах СМИ и официальных органов²⁶. При этом статьи на сайтах нередко копируют материалы, выходящие в печатной версии СМИ, они строятся по тому же принципу, что публикации в печатных материалах, и отличаются лишь форматом, продиктованным площадкой. Например, статья А. Колесникова «С кратким доисторическим визитом»²⁷ построена по канонам, сегодня не принятым: в ней много метафор, диалогов,

объем – более 9 тысяч знаков, при этом мало фотографий. Современные материалы в Интернете более краткие и емкие, вмещают в себя короткие прямые речи, ориентируются на визуальную составляющую. Сравним это с пресс-релизом, опубликованным на сайте Кремля о визите Владимира Путина в Аркаим²⁸: сообщение более краткое, с большим количеством фотографий, что может говорить об уже начавшихся процессах «осовременивания» открытой коммуникации. С визита Владимира Путина Аркаим вошел в официальное поле и начал приобретать все более важное значение, становясь местом пересечения интересов общественности, власти, науки и одним из центров научного и эзотерического туризма Челябинской области.

Период третий: Аркаим как часть символического капитала Челябинской области, 2007 – настоящее время. Начиная с 2007–2010 гг., все большее значение начинают приобретать в жизни людей социальные сети, кардинально меняющие до сих пор более или менее устойчивую модель коммуникации от автора к реципиенту. С ростом популярности социальных сетей средства массовой информации начинают создавать свои группы и публичные сообщества, однако, они долгое время использовали их «как инструмент повышения трафика на свой сайт» [10, с. 25]. Параллельно начинают появляться медиасообщества нового типа: «они основывались непрофессиональными журналистами либо медиаменеджерами, не имели «опоры» на традиционное СМИ в виде газеты, радио или телевидения и строили свою деятельность, используя новую медиаэстетику, мемы, гифки, заимствование контента у других СМИ, и в значительной степени опираясь на User-generated content» [10, с. 25]. В результате начала стираться грань между автором и реципиентом: каждый потребитель

²⁶ Степаненко М. Култ Аркаима // Русская народная линия. 2007. 26 сент. URL: https://ruskline.ru/analitika/2007/09/26/kul_t_arkaima (дата обращения: 28.01.2025); Зданович С.Я. Плеханова Л.Н., Иванов И.В. К 10-летию создания заповедника «Аркаим» // Степной бюллетень. 2001. № 10. URL: <http://savesteppe.org/ru/archives/4181?ysclid=m6g4f7sd7f459838310> (дата обращения: 27.01.2025); Валеев А. Аркаим после Путина // Челябинский рабочий. 2005. 27 авг. URL: https://urbibl.ru/Stat/Arkaim/arkaim_posle_putina.htm (дата обращения: 27.01.2025); Зачем Владимир Путин ездил в Аркаим? // UralPress. 2005. 17 мая. URL: <https://uralpress.ru/news/federaciya/zachem-vladimir-putin-ezdil-v-arkaim?ysclid=m6g4kp7wj27910329> (дата обращения: 27.01.2025).

²⁷ Колесников А. С кратким доисторическим визитом // Коммерсантъ. 2005. 17 мая. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/578186> (дата обращения: 28.01.2025).

²⁸ Владимир Путин посетил заповедник Аркаим на юге Челябинской области // Президент России: офиц. сайт. 2005. 16 мая. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/33366> (дата обращения: 28.01.2025).

медиаконтента теперь мог стать его автором. Это приводит к «росту количества «несистемных» участников массовой коммуникации, увеличению их авторитета» [11, с. 203]. Сформировавшееся в итоге многоголосье не может не влиять на формирование символического капитала Аркаима. Особенно учитывая то, что полностью уйти от субъективности не может ни одно произведение средств массовой информации или кинематографа [12, с. 80]. На формирование образа теперь влияют не только СМИ²⁹, но и медиасообщества³⁰, официальные паблики и сайты организаций³¹, аккаунты и сайты официальных представителей власти³², обычные пользователи, выражающие свое мнение как в собственных постах³³, так и в

комментариях к постам других контентообработчиков³⁴.

Современному этапу освещения темы Аркаима в текстах средств массовой коммуникации посвящено множество научных исследований, но неизученными остаются еще много аспектов. Е.В. Куприянова отмечает, что в текстах как продолжают сохраняться «существовавшие ранее тенденции (гиперболизация, актуализация древних объектов под большие вопросы современного общества)», так и появляются «новые тенденции, такие как «клонирование» информации, тиражирование одного и того же текста множеством интернет-источников» [6, с. 372], при этом «массовое сознание отказывается воспринимать археологические объекты просто по факту их существования, стремится дать им оценочные характеристики, интерпретировать в условиях современности» [6, с. 372].

Описывая контент в официальном сообществе «Аркаим» в «ВКонтакте», С.А. Панюкова отмечает, что контент репрезентует этот археологический памятник в трех ипостасях: «как место для туризма и отдыха на природе вдали от городской среды и цивилизации; как исторический памятник с возможностью вовлечения в образовательные мероприятия; как пространство притяжения в рамках культурных мероприятий» [13, с. 136]. При этом избегается тема мистических и духовных практик, что может оттолкнуть людей, интересующихся именно этим.

Что касается анализа публикаций СМИ, то А.Р. Медведева отмечает, что здесь присутствует событийный контент о фестивалях, форумах и других культурных событиях, которые проходят на территории Аркаима, много политической тематики, которая объясняется вниманием со стороны администрации региона, присутствует информация о туристическом потенциале Аркаима, природной тематике, при этом «в медиаповестке практически не представлен сугубо эзотерический дискурс» [14, с. 100-101].

²⁹ В новогодние каникулы туристы чаще посещали музей-заповедник Аркаим, чем в декабре прошлого года // 74.ru. Челябинск онлайн. 20.01.2025. URL: <https://74.ru/text/gorod/2025/01/20/75006212/> (дата обращения: 28.01.2025).

³⁰ Отвлечитесь от забот и хлопот понедельника. Полубуйтесь на очаровательно-нежные водяные лилии на Аркаиме // Наш Челябинск. 2022. 29 авг. URL: https://vk.com/wall-87721351_4328737 (дата обращения: 28.01.2025).

³¹ Музей-заповедник «Аркаим» присоединяется к акции «Музейная неделя» // Аркаим. 2025. 16 янв. URL: <https://arkaim-center.ru/index.php/news/muзей-zapovednik-arkaim-prisoedinyatsya-k-akcii-muzejnaya-nedelya-0> (дата обращения: 28.01.2025); В здании железнодорожного вокзала Челябинска открылась выставка, посвященная Синташтинскому археологическому комплексу, рассказывают коллеги, работающие над проектом «Синташтинский феномен» // Аркаим. 2025. 27 янв. URL: https://vk.com/wall-1475032_25398 (дата обращения: 30.01.2025).

³² В Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации открылась выставка «Аркаим. Колесница времени» // Губернатор Челябинской области. 2022. 28 нояб. URL: <https://gubernator74.ru/news/v-gosudarstvennoy-dume-federalnogo-sobraniya-rossiyskoy-federacii-otkrylas-vystavka-arkaim> (дата обращения: 28.01.2025).

³³ Куренкова И. Энергетическая чистка, соностройка с энергией Аркаима, практики на исполнение желаний, разговор с предками, Тета-практика на финансовое исполнение, зарядка колоды и амулетов, встреча рассвета... // VK. 2024. 8 дек. URL: https://vk.com/wall174274513_12191 (дата обращения: 28.01.2025).

³⁴ Присоединяйтесь к Музейному селфи // Аркаим. VK. 2025. 15 янв. URL: https://vk.com/wall-1475-032_25223 (дата обращения: 28.01.2025).

В последнее время наблюдается возросший интерес к памятнику у руководителей региона. Интерес областной администрации подтверждается, во-первых, наличием научных грантов на исследовательскую работу по темам, связанным с изучением различных аспектов указанного меморативного ландшафта; во-вторых, фестивальным движением непосредственно на территории музея-заповедника в летний период и расширением этого движения в нетуристический сезон (например, фестиваль «Зимнее солнце Аркаима»).

Группа исследователей Челябинского государственного университета, работая в рамках гранта «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)» (грант Российского научного фонда (совместно с органами власти Челябинской области) № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098>) в полевых условиях, на протяжении двух лет работы над проектом (2023 и 2024 гг.), используя в качестве основных методов исследования анкетирование, опрос и насыщенное наблюдение, с целью поиска ответа на вопрос «Зачем люди едут на Аркаим», получила следующие результаты.

В 2024 г. были опрошены 483 человека (пять экспедиций: май–сентябрь; в большинстве вопросов можно было выбрать несколько вариантов ответа). Нумерация вопросов рабочая, для удобства анализа в рамках проведенного исследования (в оригинале анкеты эти вопросы имеют иную нумерацию. – прим. С. С.). Фрагмент анкеты представлен ниже.

Вопрос 1: *Как вам кажется, почему многие люди стремятся приехать сюда?*

- любопытство, интерес ко всему новому – 44,93 %;
- людей привлекают легенды и тайны, связанные с Аркаимом – 29,40 %;
- духовные искания, попытка найти ответы на личные вопросы – 41,20 %;
- хочется провести время на природе, отдохнуть от цивилизации – 27,54 %;

Вопрос 2: *Чем лично вас особенно привлекает Аркаим?*

- уникальным природным ландшафтом (река, горы, степь) – 34,99 %;
- своей историей: раскопки, древние памятники, музеи – 33,54 %;
- особой энергетикой этого места, его духовной исцеляющей силой – 51,14 %;
- культурной программой: фестивали, праздники – 21,74 %.

Вопрос 3: *Принимаете ли вы участие в ритуалах и духовных практиках, связанных с исполнением желаний, духовным опытом, энергетическим воздействием (медитации, завязывание ленточек, хождение по спирали и др.)?*

- да, это обязательное условие посещения этого места, верю в его особую силу – 36,85 %;
- не особенно верю в это, но это любопытный опыт, почему бы и нет – 32,30 %;
- нет, не принимаю – 28,36 %;
- свой вариант – 2,48 %.

Вопрос 4: *Нужно ли знакомить с Аркаимом современное поколение детей и подростков?*

- да, это память поколений, часть истории, дети должны ее ощущать – 63,56 %;
- знакомство с Аркаимом не помешает, хотя и необязательно – 13,87 %;
- не нужно ничего делать специально, каждый человек откроет для себя Аркаим, если в этом будет необходимость – 18,01 %;
- затрудняюсь ответить – 4,55 %.

Вопрос 5: *Существует точка зрения, что Аркаим – это место духовной силы и особого энергетического воздействия на человека. Как бы вы определили свое отношение к этой точке зрения?*

- отношусь с недоверием, потому что не ощущаю этого лично – 15,73 %;
- полностью поддерживаю и разделяю – 44,31 %;
- отношусь с раздражением – как к выдумкам, мешающим развитию науки – 2,69 %;
- никак не отношусь к этой точке зрения, не задумываюсь над этим – 11,80 %;

– отношусь с интересом, хотя и не ощущаю этого воздействия на себе – 25,47 %.

Ответы на вопросы 1, 2, 3 и 5 вступают в противоречие с информацией, транслируемой СМИ (См.: [13, с. 136; 14, с. 100-101]) и убедительно показывают, что большинство посетителей Аркаима приезжают сюда, потому что убеждены в особой энергетике этого места, его духовной исцеляющей силе. На наш взгляд, умалчивание этой информации в официальных средствах коммуникации позволяет говорить о конфликте восприятия – существующем дисбалансе между массовыми представлениями об Аркаиме как о «месте силы» и его официальным образом в СМИ, где акцент делается на его научную, историческую и археологическую ценность. Медиа, избегая мистическую тему, упускают мотив посещения их страниц и не просто снижают свое влияние на целевую аудиторию, но и теряют посещаемость ресурса, что приводит к их финансовым потерям. Игнорирование запроса аудитории приводит к появлению альтернативных источников информации – информационный вакуум заполняют блогеры, эзотерические сообщества и устные нарративы, формируя мифологию вне контроля научных или туристических институций. Следует отметить, что выявленное противоречие отражает проблему, связанную с непризнанием духовных практик как части культурного наследия в академическом и медийном дискурсе. Несоответствие между ожиданиями аудитории и контентом подрывает авторитет официальных источников, усиливая тягу к альтернативным.

В связи с этим мы можем резюмировать следующее:

– Аркаим как феномен демонстрирует разрыв между научным и массовым дискурсом, где СМИ занимают промежуточную, но неудовлетворяющую позицию;

– медиа могли бы выступить «мостом», транслируя не только факты, но и культурные смыслы, связанные с «местами силы», без отказа от научности;

– выявленные противоречия подчеркивают необходимость диалога между учены-

ми, журналистами и посетителями для презентации полного спектра ценностей Аркаима;

– локации с двойным статусом (наука/духовность) требуют баланса в медиаподаче для сохранения аутентичности и привлекательности;

– как возможное решение возникшего противоречия – это разработка «гибридных» медиастратегий, где эмпирические данные и субъективные переживания дополняют друг друга.

Второй момент, на который мы обращаем внимание при анализе опроса, – это замеченное противоречие между целью визита посетителей в музей-заповедник (вопросы 1, 2, 3 и 5) и их отношением к возможности знакомства с Аркаимом детей и подростков (вопрос 4). 63,56 % опрошенных убеждены в необходимости этого и в качестве аргументов выдвигают не эзотерику, а формирование исторической и культурной памяти. В связи с чем можно говорить о наблюдаемой двойственности восприятия: посетители Аркаима ценят его за эзотерическую составляющую лично для себя, но в образовательном контексте делают акцент на историко-культурной значимости, избегая мистики. На наш взгляд, это может быть связано с тем обстоятельством, что духовный опыт воспринимается как индивидуальный (не для всех), а память поколений – это универсальная, социально одобряемая категория. То есть в этом случае можно говорить о наблюдаемой селективной трансляции ценностей. Выявленное противоречие между личными мотивами и предлагаемым образовательным нарративом отражает некоторый внутренний конфликт – желание сохранить сакральность места, не экспортируя ее в публичную сферу. Следовательно, эффективная медиакommunikation должна учитывать эту двойственность. Выполненный анализ показал, что посетители не отвергают эзотерику, стратегически исключают ее из дискурса о детском образовании, стремясь к социальной приемлемости.

Большой интерес администрации Челябинской области к развитию Аркаима³⁵ в последние годы продиктован необходимостью поиска новых национальных смыслов и идей, связанных со сломом старой системы и поворотом России к формированию новой государственности. Аркаим, который губернатор А. Текслер характеризует как «уникальный объект исторического и культурного наследия»³⁶, «большая история и точка силы»³⁷, может стать одной из опор такой национальной идеи. Возможно, в будущем нас ждет именно такое развитие символического капитала Аркаима.

ВЫВОДЫ

Многоаспектный и сложный образ Аркаима, сформировавшийся во многом стихийно в конце XX и начале XXI века – это одновременно большая кладезь информации в области коммуникации и источник проблем при использовании образа Аркаима в качестве значимого элемента символического капитала Челябинской области. По приведенному анализу публикаций об Аркаиме мы видим, что новостная повестка вокруг него формировалась на первом этапе как борьба за сохранение памятника и обоснование его значения для мировой и отечественной истории. На втором этапе происходил поиск идентич-

ности: когда спала волна эйфории по поводу победы в борьбе за сохранения Аркаима, возник вопрос, как именно его развивать дальше. И здесь ключевую роль сыграл визит Владимира Путина, вовлекший Аркаим в федеральное новостное поле. На третьем этапе Аркаим позиционирует себя уже как туристическое место, претендующее на формирование национальной идеи.

Обобщив результаты анализа публикаций об Аркаиме и результаты анализа проведенного анкетирования, приходим к следующим выводам.

Образ Аркаима эволюционировал от объекта научного и экологического активизма до многослойного символа, объединяющего историю, мистику и туризм. Ключевые этапы этой трансформации соответствуют переломным моментам в истории России и смене медиаформатов: от традиционных СМИ к цифровым платформам. При этом выявлен устойчивый разрыв между официальным нарративом (научная, историческая ценность), поддерживаемым СМИ и властями, с массовыми представлениями (Аркаим как «место силы»), доминирующими среди посетителей.

Интерес властей (в частности, губернатора А. Текслера) к Аркаиму свидетельствует о его включении в процесс конструирования новой государственной идентичности. На этом этапе следует использовать гибридные медиастратегии, заключающиеся в сочетании научности и духовных смыслов. Это возможно при организации диалога между учеными, медиа и аудиторией для устранения дисбаланса в репрезентации.

Таким образом, Аркаим – не просто археологический памятник, а сложный коммуникативный феномен, чей символический капитал формируется в условиях постоянного напряжения между наукой, мистикой и политикой. Его будущее зависит от способности институций преодолеть конфликт дискурсов, трансформируя его в ресурс для культурного и экономического развития региона.

³⁵ Стенограмма обращения губернатора Челябинской области Алексея Текслера к Законодательному собранию Челябинской области 13 июня 2024 г. URL: <https://gubernator74.ru/obrascheniye-2024> (дата обращения: 28.01.2025); Текслер И. В этом году Челябинский государственный историко-археологический музей-заповедник АРКАИМ отмечает 30-летие // VK. 2024. 25 дек. URL: https://vk.com/wall608862302_14882 (дата обращения: 28.01.2025); Текслер И. Аркаим // VK. 2024. 22 июля. URL: https://vk.com/wall608862302_12817 (дата обращения: 28.01.2025).

³⁶ Стенограмма обращения губернатора Челябинской области Алексея Текслера к Законодательному собранию Челябинской области...

³⁷ Алексей Текслер встретился с делегацией Челябинской области на Всемирном фестивале молодежи в Сочи. 2024. 4 марта. URL: <https://gubernator74.ru/news/aleksey-teksler-vstretilsya-s-delegatsiy-chelyabinskoy-oblasti-na-vsemimom-festivale> (дата обращения: 28.01.2025).

Список источников

1. Киришин Б.Н. Аркаим: актуальные смыслы для региональной и глобальной повестки // Челябинский гуманитарий. 2021. № 3 (56). С. 7-11. <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2021-10301>, <https://elibrary.ru/nwqpos>
2. Зубанова Л.Б. Археологический памятник Аркаим: символическое значение и социокультурные практики освоения // Новые тенденции в системе современного культурологического образования как основы мировоззренческой подготовки: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2024. С. 284-290. <https://elibrary.ru/qfrekd>
3. Шевченко В.С., Рукавишников В.В., Медведева А.А. Формирование практико-ориентированных компетенций по связям с общественностью как элемент системы подготовки специалиста в высшем учебном заведении // Челябинский гуманитарий. 2023. № 3 (64). С. 108-116. <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2023-64-3-108-116>, <https://elibrary.ru/suaxie>
4. Зданович Д.Г. Аркаим: древность, модерн, постмодерн // Аркаим. 1987–1997: Библиографический указатель / сост. Д.Г. Зданович, Е.И. Коган, Н.Н. Орлова. Челябинск, 1999. С. 8-46.
5. Аркаим. 1987–1997 / сост. Д.Г. Зданович, Е.И. Коган, Н.Н. Орлова. Челябинск, 1999. 120 с. <https://elibrary.ru/vuxwpm>
6. 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: сб. материалов 1 Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск, 2021. С. 370-373. <https://elibrary.ru/xdctqe>
7. Аркаим в прессе Южного Урала. 1973–1987–2006 / сост. В.А. Волгин. Челябинск: Крокус, 2007. 118 с. <https://elibrary.ru/qvnslf>
8. Шевченко В.С. Стимулирование комментирования как коммуникативная технология (на примере медиагруппы «Наш Челябинск») // Коммуникация в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью: в 2 ч. Воронеж, 2023. Ч. 2. С. 86-88. <https://elibrary.ru/wfwlia>
9. Филиппов Д.Е., Минибаева А.О. Подходы к изданию печатного СМИ как элемента корпоративной культуры архивов: сравнительный анализ // Медиасреда. 2022. № 2. С. 57-61. <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2022-10212>, <https://elibrary.ru/zswosg>
10. Шевченко В.С. Специфика интеграции сайта и социальных сетей в условиях панмедиатизации // Медиасреда. 2023. № 1. С. 24-27. <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2023-10105>, <https://elibrary.ru/evcppe>
11. Загидуллина М.В. Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации. Челябинск, 2019. 225 с. <https://elibrary.ru/rcncap>
12. Киселев Д.Г. Популяризация археологии средствами теледокументалистики (на примере фильма Жана-Мишеля Готро «Аркаим») // Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии. 2024. Т. 9. № 3. С. 77-82. <https://doi.org/10.47475/2542-0275-2024-9-3-77-82>, <https://elibrary.ru/ksmvqo>
13. Панюкова С.А. Репрезентация археологического памятника в медиа в рамках институализированного аккаунта // Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии. 2024. Т. 9. № 4. С. 32-138. <https://doi.org/10.47475/2542-0275-2024-9-4-132-138>, <https://elibrary.ru/ciseso>
14. Медведева А.Р. Динамика репрезентации Аркаима через тематический компонент в интернет-СМИ (2022–2023) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 97-102. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102>, <https://elibrary.ru/iftibe>

References

1. Kirshin B.N. (2021). Arkaim: current meaning for a regional and global agenda. *Chelyabinskii gumanitarii*, no. 3 (56), pp. 7-11. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2021-10301>, <https://elibrary.ru/nwqpos>
2. Zubanova L.B. (2024). Archeological monument Arkaim: symbolic meaning and socio-cultural practices of development. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Novye tendentsii v sisteme sovremennogo kul'turologicheskogo obrazovaniya kak osnovy mirovozzrencheskoi podgotovki»* = *Proceed-*

- ings of International Scientific and Practical Conference "New Trends in the Modern Cultural Education System as the Basis of Ideological Training". Ekaterinburg, pp. 284-290. (In Russ.)
3. Shevchenko V.S., Rukavishnikova U.V., Medvedeva A.A. (2023). Forming practice-based public relations competencies as part of training of specialists in higher educational institutions. *Chelyabinskii gumanitarii = Chelyabinsk Humanities*, no. 3 (64), pp. 108-116. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2023-64-3-108-116>, <https://elibrary.ru/suaxie>
 4. Zdanovich D.G. (1999). Arkaim: antiquity, modernity, postmodernity. *Arkaim. 1987–1997: Bibliograficheskii ukazatel'*. Chelyabinsk, pp. 8-46. (In Russ.)
 5. Zdanovich D.G., Kogan E.I., Orlova N.N. (compilers) (1999). *Arkaim. 1987–1997*. Chelyabinsk, 120 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vuxwpm>
 6. Kupriyanova E.V. (2021). Changes in priorities in media coverage of archaeological sites from the early 1990s to the present (using the example of the settlement of Arkaim in the Chelyabinsk Region). *Sbornik materialov 1 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Pol'zovatel'skii kontent v sovremennoi kommunikatsii» = Proceedings of 1st International Scientific and Practical Conference "User-Generated Content in Modern Communication"*. Chelyabinsk, pp. 370-373. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xdctqe>
 7. Volgin V.A. (compiler) (2007). *Arkaim in the Press of the Southern Urals. 1973–1987–2006*. Chelyabinsk, Krokus Publ., 118 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qvnslf>
 8. Shevchenko V.S. (2023). Stimulating commenting as a communication technology (using the example of the nash Chelyabinsk media group). *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii issledovatelei i prepodavatelei zhurnalistiki, reklamy i svyazei s obshchestvennost'yu v 2-kh ch. «Kommunikatsiya v sovremennom mire» = Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Researchers and Teachers of Journalism, Advertising and Public Relations "Communication in the Modern World": in 2 pts. Voronezh*, pt. 2, pp. 86-88. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wfwlia>
 9. Filippov D.E., Minibaeva A.O. (2022). Approaches to the publication of print media as an element of the corporate culture of archives: comparative analysis. *Mediasreda*, no. 2, pp. 57-61. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2022-10212>, <https://elibrary.ru/zswosg>
 10. Shevchenko V.S. (2023). The specifics of website and social media integration in the context of mediatization. *Mediasreda*, no. 1, pp. 24-27. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2023-10105>, <https://elibrary.ru/evcppe>
 11. Zagidullina M.V. (2019). *Pan-Mediatization: the Decline of Verbal Communication*. Chelyabinsk, 225 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rcncap>
 12. Kiselev D.G. 2024. Popularization of archeology through TV documentaries (case study of Arkaim). *Magistra Vitae: elektronnyi zhurnal po istoricheskim naukam i arkheologii = Magistra Vitae: an Electronic Journal on Historical Sciences and Archeology*, vol. 9, no. 3, pp. 77-82. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2542-0275-2024-9-3-77-82>, <https://elibrary.ru/ksmvqo>
 13. Panyukova S.A. (2024). Representation of an archaeological monument in the media within the framework of an institutionalized account. *Magistra Vitae: elektronnyi zhurnal po istoricheskim naukam i arkheologii = Magistra Vitae: an Electronic Journal on Historical Sciences and Archeology*, vol. 9, no. 4, pp. 32-138. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2542-0275-2024-9-4-132-138>, <https://elibrary.ru/ciseso>
 14. Medvedeva A.R. (2024). Dynamics of representation of Arkaim through the thematic component in online media (2022–2023). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, no. 1 (51), pp. 97-102. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102>, <https://elibrary.ru/iftibe>

Информация об авторе

Симакова Светлана Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация.

<https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Scopus Author ID: 57210160824

ResearcherID: P-1250-2015

simakovi@mail.ru

Поступила в редакцию 07.02.2025

Одобрена после рецензирования 04.04.2025

Принята к публикации 18.04.2025

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author

Svetlana I. Simakova, Dr. Sci. (Philology), Professor of Media Production Department, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation

<https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Scopus Author ID: 57210160824

ResearcherID: P-1250-2015

simakovi@mail.ru

Received 07.02.2025

Approved 04.04.2025

Accepted 18.04.2025

The author has read and approved the final manuscript.