

Научная статья

УДК 001.92

doi: 10.47475/2542-0275-2024-9-4-132-138

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ПАМЯТНИКА В МЕДИА В РАМКАХ ИНСТИТУАЛИЗИРОВАННОГО АККАУНТА

Светлана Александровна Панюкова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, s.panukowa@mail.ru, 0000-0002-9825-2374

Аннотация. Популяризация археологических феноменов рассматривается в статье в контексте их присутствия в медиaprостранстве. Демонстрируется, что «публичная археология» подробно представлена в рамках зарубежных и отечественных исследований, приводятся ключевые работы в данном направлении. На примере конкретного археологического памятника Аркаим (исторический памятник первого этапа эпохи поздней бронзы Евразийских степей, расположенный на территории Челябинской области) рассматривается формирование медиаобраза посредством институализированного аккаунта в социальных сетях. Для этого посредством метода контент-анализ проанализированы публикации историко-археологического музея-заповедника «Аркаим» за 2023 год, включающие 537 записей. Данные материалы рассматриваются в контексте их формы (тип контента) и содержания (о чем сообщается в постах). Помимо этого, собрана метрика, отражающая активность аудитории в рамках сообщества, демонстрируется обзор наиболее и наименее популярных записей сообщества в рамках указанного периода. Полученные результаты соотносятся с данными социологического опроса, проведенного в ходе пяти экспедиций на Аркаим в 2023 году при поддержке РФ и Челябинской области, в котором приняли участие 443 респондента. Выводы работы демонстрируют, что позиционирование Аркаима в рамках трех доминант — места туристического отдыха вдали от цивилизации (природа), места с историческими и археологическими артефактами (образование) и места проведения творческих, этнографических и иных мероприятий (культура) — не отражает интересов весомой доли посетителей места. Внимание аудитории к мистическим и духовным практикам, зафиксированное в ходе опроса, не находит своего отражения в контенте официального сообщества музея «Аркаим», что, возможно, приводит к потере потенциальной аудитории, открытой новому опыту (например, посещению лекций и экскурсий), но не нашедшей для себя ничего соответствующего их основной зоне интереса.

Ключевые слова: археология, популяризация, социальные сети, Аркаим, публичная археология

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

Для цитирования: Панюкова С. А. Репрезентация археологического памятника в медиа в рамках институализированного аккаунта // *Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии. 2024. Т. 9, вып. 4. С. 132–138. URL: <https://www.magistravitaejournal.ru/ru/archive/40-magistra-vitae-4-2024.html>. DOI: 10.47475/2542-0275-2024-9-4-132-138*

Original article

REPRESENTATION OF AN ARCHAEOLOGICAL MONUMENT IN THE MEDIA WITHIN THE FRAMEWORK OF AN INSTITUTIONALIZED ACCOUNT

Svetlana A. Paniukova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, s.panukowa@mail.ru, 0000-0002-9825-2374

Abstract. The article considers the popularization of archaeological phenomena in the context of their presence in the media space. It is demonstrated that “public archeology” is presented in detail in the framework of foreign and domestic studies, and key works in this area are cited. Using the example of a specific archaeological site of Arkaim (a historical site of the Middle Bronze Age located in the Chelyabinsk region), the formation of a media

image through an institutionalized account on social networks is considered. For this purpose, the publications of the Arkaim Historical and Archaeological Museum-Reserve for 2023, including 537 posts, were analyzed using the content analysis method. These materials are considered in the context of their form (type of content) and content (what is reported in the posts). In addition, metrics reflecting the activity of the audience within the community have been collected, and an overview of the most and least popular community posts within the specified period is demonstrated. The obtained results are consistent with the data of a sociological survey conducted during five expeditions to Arkaim in 2023 with the support of the Russian Science Foundation and the Chelyabinsk Region, in which 443 respondents took part. The findings of the study demonstrate that the positioning of Arkaim within the framework of three dominants — a place for tourist recreation far from civilization (nature), a place with historical and archaeological artifacts (education), and a place for creative, ethnographic and other events (culture) — does not reflect the interests of a significant proportion of the actors of the place. The audience's interest in mystical and spiritual practices, recorded during the survey, is not reflected in the content of the official community of the Arkaim Museum, which may lead to losses of a potential audience open to new experiences (for example, attending lectures and excursions), but who did not find anything corresponding to their main area of interest.

Keywords: archeology, popularization, social networks, Arkaim, public archeology

Funding. The study was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation (jointly with the Chelyabinsk Region), project No. 23-18-20098 “Materialized Identity: Construction of Memory in a Socio-Economic Perspective (using the Arkaim Archaeological Site as an Example)”, <https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/>.

For citation: Paniukova SA. Representation of an Archaeological Monument in the Media Within the Framework of an Institutionalized Account. *Magistra Vitae: electronic journal of historical sciences and archaeology*. 2024;9(4):132-138. (In Russ.). URL: <https://www.magistravitaejournal.ru/ru/archive/40-magistra-vitae-4-2024.html>. doi: 10.47475/2542-0275-2024-9-4-132-138

Популяризация археологических феноменов и исследований является значимым тематическим кластером в медиапространстве ввиду своей широкой функциональности. Подобный контент в медиа не только способствует своевременному и широкому освещению событий и научных открытий в сфере археологии и истории (и гуманитарных наук в целом), но и оказывает влияние на уровень авторитета и степень привлекательности археологии как научной и культурной деятельности у массовой аудитории, в том числе косвенно воздействуя на обеспечение данной отрасли кадрами и финансовыми ресурсами. Распространение и разъяснение знаний из сферы археологии для массовой аудитории, не погружавшейся активно в эту научную область ранее, можно отнести к более широкому тематическому направлению медиаконтента — научно-популярной журналистике. Можно также отметить, что подобная практика популяризации контента об археологии в медиапространстве стимулирует осмысление данного феномена в научной среде — возникает целый ряд работ, рассматривающих «встречу» археологии и журналистики, что включает исследование способов популяризации археологии, описание методов интеграции конкретной научной сферы в публичное пространство, анализ рисков, связанных с этим процессом, и успешных / неудачных кейсов. Термин «публичная археология» обстоятельно описывается в трудах Чарль-

за Мак-Гимси [McGimsey, 1972], Барбары Литтл [Little, 2007] и Джереми Саблофф'а [Sabloff, 2008]. Анализу феномена интеграции археологии в массовые коммуникации посвящают свои исследования и российские авторы, например, М. В. Загидуллина [Загидуллина, 2021], П. А. Неплюев [Неплюев, 2023], А. В. Чернышов [Чернышов, 2022], Л. Б. Зубанова [Зубанова, 2023] и другие.

В данной статье мы обратимся к «публичной археологии» на примере конструирования и репрезентации медиаобраза одного конкретного археологического памятника — Аркаима. Этот памятник первого этапа эпохи поздней бронзы Евразийских степей был открыт археологической экспедицией Челябинского государственного университета, которой руководил Г. Б. Зданович [Зданович, Коган, Орлова, 1999] в Челябинской области у места впадения реки Утяганки в реку Большая Караганка. Впоследствии городище отнесли к синташтинской культуре и включили в комплекс подобных древних поселений, называемый «Страна городов». В 1991 году данная территория получила статус заповедной, в 1994 году здесь был открыт историко-культурный заповедник, функционирующий сейчас под именем музей-заповедник «Аркаим». В настоящее время Аркаим активно рассматривается в российском исследовательском поле с различных позиций: как значимый исторический памятник, требующий дальнейшего изучения и осмысле-

ния с позиций археологии [Зданович, Малютина, Зданович, 2020; Петров, Куприянова, 2016]; в контексте сформированного медиаобраза и его влияния на восприятие археологического феномена [Симакова, 2021; Топчий, 2021; Медведева, 2024; Сафонов, 2023], как феномен в массовом сознании и аспекты его популяризации с позиций археологии [Петров, 2015; Куприянова, 2013]. Также встречаются и исследования, выполненные в эзотерическом ключе и обращающиеся к Аркаиму как месту, обладающему феноменальным мистическим потенциалом [Путенихин, 2009; Царевский, 2008].

Мы же остановимся на вопросах репрезентации и позиционирования археологического памятника в публичном пространстве в рамках институализированного медиа. Посредством контент-анализа мы рассмотрим публикации в официальном сообществе Челябинского государственного историко-археологического музея-заповедника «Аркаим» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/arkaimgroup>), формированием контента которого занимаются сами сотрудники музея. Цель исследования — изучение медиаобраза археологического и культурного памятника Аркаим в публичном пространстве в рамках деятельности институализированного медиа. Дополнительно мы также рассмотрим, какие публикации об Аркаиме привлекают внимание аудитории в социальных сетях или, наоборот, остаются незамеченными, а также на чем фокусируют внимание посетители Аркаима (акторы места) по данным социологического опроса. Проводимое исследование поможет зафиксировать, как репрезентируется образ Аркаима с позиции археологического сообщества (работников музея) и как транслируемый образ соотносится с мнением и интересами массовой аудитории.

Для анализа нам необходимо дать краткое описание официального аккаунта историко-археологического музея-заповедника «Аркаим». Это открытое сообщество, насчитывающее на данный момент 27 845 подписчиков и имеющее статус «госорганизация». В описании сообщества пользователи встречают информацию о режиме работы музея, об организации экскурсий, а также ссылки на дополнительные ресурсы (музей, каналы на видеохостингах и в мессенджерах и так далее). Присутствует 7 виджетов: два из них («О нас» и «О Синташте») сообщают информацию о самом Аркаиме и археологических раскопках, остальные пять посвящены организации экскурсий и модерированию поведе-

ния участников сообщества. В качестве главного визуального образа сообщества, встречающего аудиторию на обложке и аватарке сообщества, выбрано не само городище Аркаим, а скульптура художника Константина Евдокимова «Созерцатель», созданная по мотивам археологической находки «Человек, смотрящий в небо» и установленная на территории заповедника в 2022 году. Минималистичная металлическая фигура человека с шаром в руках, сидящего на высоком деревянном стуле, запечатлена на фоне голубого неба будто в парящем состоянии (земля и линия горизонта не попадают в кадр).

Для проведения контент-анализа нами были выбраны публикации сообщества за период с 01.01.2023 по 31.12.2023 методом сплошной выборки. Отметим, что за 12 месяцев в сообществе было опубликовано 537 постов, получивших 82 613 лайка, 6 741 репост, 3 388 комментариев и 3 074 926 просмотров. В среднем один пост собирал по 153 лайка, 12 репостов, 6 комментариев и 5 726 просмотров. Как мы можем наблюдать, аудитория выбранного сообщества мотивирована к знакомству с контентом и активно выражает свою реакцию на него. Большая часть записей (465 единиц) представлены в виде изображений и текста, 52 включают видеоконтент, 13 содержат ссылки на сторонние источники (например, на публикации в СМИ), 5 дополнены фотоальбомами и по одной записи — опросом и аудиодорожкой. Преимущественно мы наблюдаем соединение в одной записи текстового, визуального или аудиовизуального контента: лишь 13 из анализируемых записей были опубликованы без мультимедийных элементов, а 5 постов — без текста.

Обратимся к тематическому распределению контента. Все опубликованные записи мы разделили на семь основных групп в зависимости от их основного содержания и коммуникационной цели. По количеству публикаций лидирует группа «природа и локации Аркаима» (223 публикации; например, «Немного аркаимской красоты на фото»; https://vk.com/wall-1475032_16880); в ней представлены аркаимские пейзажи, обитатели местной флоры и фауны, а также узнаваемые артефакты локаций — скульптуры, спирали, праздничное костровище и так далее. В группе «общая информация» (114 записей; «Расписание ближайших экскурсий «Синташта: мир древних индоевропейцев», https://vk.com/wall-1475032_16974) присутствуют посты, рассказывающие о работе музея и его сотрудниках, здесь организаторы де-

лятся новостями о планируемых мероприятиях, рассказывают о форматах работы и особенностях организации поездок на Аркаим для посетителей. Тройку лидеров замыкает группа публикаций, отвечающих за раскрытие исторического и археологического потенциала Аркаима (106 публикаций; «Самый необычный и интересный объект в экскурсии «Синташта: мир древних индоевропейцев», https://vk.com/wall-1475032_16449). Реже появляются записи, раскрывающие культурные практики на территории Аркаима — проведение творческих мастер-классов, фестивалей, конкурсов, приезд знаменитостей (47 записей; «Сегодня у нас проходит Фестиваль “Пламя Аркаима”», https://vk.com/wall-1475032_17929). Две тематические группы — «сторонняя тема» (33 записи; «Сегодня исполняется девять лет со дня воссоединения Крыма с Россией», https://vk.com/wall-1475032_15445) и «культурные феномены без привязки к Аркаиму» (10 записей; «Отличный подарок ко Дню историка!” Баксылык — казахский шаманизм” — новый выпуск научно-популярного проекта “URAL SCIENCE”», https://vk.com/wall-1475032_15624) — не имеют никакой прямой связи с Аркаимом и рассказывают о сторонних инфоповодах: государственных и народных праздниках, значимых датах и так далее. Довольно редко авторы сообщества обращаются к критике мистической составляющей Аркаима в контексте археологического просвещения (4 записи) — в таких публикациях, как правило, присутствует ирония над людьми, совершающими различные обряды и мистические ритуалы на территории Аркаима: «Информационное поле Аркаима таково, что часть наших гостей иногда совершенно не знают, куда едут. Привлеченные байками о местах силы и чудотворных горах туристы с удивлением узнают, что тут, оказывается, есть какой-то музей, не везде можно ходить, а возле некоторых «волшебных мест» стоят стенды с весьма прозаическими текстами, к которым собравшие группу знатоки волшебных мест стараются держаться спиной» (https://vk.com/wall-1475032_19513). Отметим, что 93 записи, попавшие в выборку, были опубликованы под тегом #предложка, то есть это публикации, предложенные аудиторией сообщества. Как правило, подобные посты представлены отзывами о посещении Аркаима и подборками фотографий с видами местных локаций.

Публикации, ставшие наиболее популярными согласно количеству пользовательских отметок «мне нравится», — креализованные посты, со-

стоящие из текста и мультимедийных элементов. Это записи «Прозрачная весна на Аркаиме» с фотографией реки Большая Караганка (930 лайков), «Весенний Аркаим» с подборкой из трех снимков фиолетовых подснежников (809 лайков) и «А вот и «большой снег» на Аркаиме!» с семью фотографиями, запечатлевшими выпавший снег на территории заповедника (685 лайков). Важно отметить, что из 20 самых популярных записей лишь одна посвящена истории Аркаима (16 место в рейтинге популярности) — «15 августа на постсоветском пространстве отмечается День археолога». В ней рассказывается о миссии Аркаима и его археологическом значении, что сопровождается фотографией с раскопок Аркаима. Другие 16 популярных записей также фиксируют природу Аркаима, местные скульптуры, животных (лебеди, лошади, коровы), при этом лишь в двух публикациях присутствуют фигуры людей (это массовые снимки, где нельзя различить черты конкретного человека). При этом меньше всего пользовательской реакции получили записи с анонсами сторонних мероприятий (например, фотоконкурса «Русская цивилизация» — 16 лайков), инфоповодов вне Аркаима (пост о Дне Конституции получил 16 лайков) или с информацией о локациях и учреждениях, не относящихся к Аркаиму (например, запись о музее-заповеднике «Сталинградская битва» — 7 лайков).

Чтобы определить релевантность тематики и направленности институализированного аккаунта заповедника предпочтениям аудитории и задачам популяризации археологических знаний, обратимся к данным, полученным в ходе проведения социологического опроса посетителей Аркаима в период с мая по сентябрь 2023 года (5 экспедиций; подробные данные опросов готовятся к публикации, выборочно представлены в трудах членов грантового научного коллектива на странице гранта на официальном сайте РНФ, <https://rscf.ru/project/23-18-20098/>, и в РИНЦ, <https://elibrary.ru/item.asp?id=53915356>). В опросе приняли участие 443 респондента: 28,7% мужчин и 71,3% женщин. Участники опроса отмечают, что в социальных сетях их привлекает следующий тип информации — отзывы людей (31,8%), информационные статьи, посвященные теме Аркаима, и официальные публикации в сообществе (по 9,4%). При этом 29,1% респондентов не встречали информацию об Аркаиме в сети. Опрошенные отдают приоритет тексту (29,1%), фотографиям (23,2%) и видеоконтенту (14,8%). В качестве привлекательных занятий на Аркаиме

респонденты отмечают восхождение на горы (70,9%), посещение музея (49,9%), встреча восхода солнца в степи (48,5%) и участие в экскурсиях (27,3%); а среди важных объектов места называют — гору Шаманка (72,9%) гору Любви и Покаяния (63,4%), древнее городище Аркаим (33,6%), музей «Природы и Человека» (22,1%). При этом тезис о том, что Аркаим — «место силы» и данная локация обладает мистическим потенциалом, полностью разделяют 32,9% опрошенных, лишь немногие относятся к этой идее с недоверием или раздражением (7,9% и 4,5%, соответственно). Как главные причины посещения туристами Аркаима опрошенные чаще всего называют стремление почувствовать энергию этого места и его духовную силу (58%); природные условия и степной ландшафт (39,7%), окунуться в мир прошлого и обрести связь с поколениями предков (35,6%), возможность оказаться на месте раскопок и посетить музейный комплекс (34,5%), решить личную задачу (исцеление, исполнение желания, раскрытие своих способностей) (22,3%).

Итак, мы можем сделать выводы, что преимущественно контент об Аркаиме в рамках институализированного сообщества репрезентирует указанный археологический памятник в нескольких 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. Из указанных направлений контента аудиторию, судя по пользовательской реакции, больше всего привлекает информация о природе и обитателях Аркаима. Для подписчиков сообщества важно, чтобы подобные публикации демонстрировали «девственную» красоту

природы, без потоков людей и свидетельств присутствия цивилизации — именно такой контент предлагается подписчиками и получает одобрение. При этом данные опроса и контент-анализа совпадают в вопросе способа представления информации: популярны посты, включающие текст в сочетании с фото или видео; пользовательские отзывы и публикации привлекают больше внимания аудитории. Образы гор, степи, солнца, музея нередко появляются на страницах сообщества, что соотносится с частыми ассоциациями об Аркаиме среди респондентов. Однако интересы большей доли аудитории, посещающей археологический памятник, оказываются неохваченными контентом сообщества: мы говорим о тех акторах места, что приезжают на Аркаим в рамках духовных и мистических практик (как мы видим по результатам опроса, процент таких людей высок). Более того, редкие упоминания их области внимания в ироническом и отрицательном ключе могут вызвать у них негативную реакцию и неприязнь к тому, что связано с официальным музеем. При этом понятна ориентация государственного научного музея на популяризацию сугубо археологической и исторической научной информации. Однако, возможно, отражение в сообществе интересов разных социальных групп, попытка наладить конструктивную связь между «дискурсом научным» и «дискурсом мистическим» вокруг памятника Аркаим привлекли бы новые потоки туристов к посещению музея и знакомству с городищем. Акцент на дифференциации акторов места по мотивации посещения приводит к потере потенциальных посетителей музея, поскольку часть из них полностью игнорируется или высмеивается.

Список литературы

1. Аркаим. 1987–1997 Библиографический указатель / Д. Г. Зданович, Е. И. Коган, Н. Н. Орлова. Челябинск: Челябинский государственный университет, 1999. 120 с.
2. 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.
3. Зубанова Л. Б. Мемориальная идентичность: между местом памяти и памятью мест // Челябинский гуманитарий. 2023. № 1 (62). С. 32–38.
4. Зданович Г. Б. Аркаим. Археология укрепленных поселений: в 2 книгах / Г. Б. Зданович, Т. С. Малютина, Д. Г. Зданович. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2020. 450 с.
5. Куприянова Е. В. Аркаим: популяризация или «попсовость» (к вопросу о проблемах взаимодействия науки и массового сознания) // Горизонты цивилизации. 2013. № 4. С. 73–88.
6. Медведева А. Р. Динамика репрезентации Аркаима через тематический компонент в интернет-СМИ (2022–2023) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 97–102.

7. Неплюев П. А. Докопаться до города: археология в публичном пространстве Перми // География и туризм. 2023. № 1 (11). С. 94–99.
8. Петров Ф. Н. Поселение Аркаим в научной и научно-популярной литературе // Российская археология. 2015. № 2. С. 167–176.
9. Петров Ф. Н. Поселения эпохи бронзы в Аркаимской долине: по результатам разведочных исследований 1997–2015 гг. / Ф. Н. Петров, Е. В. Куприянова. М.: Наследие, 2016. 147 с.
10. Путенихин В. П. Место силы — город Аркаим. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. 352 с.
11. Сафонов А. В., Топчий И. В. Система образов меморативного ландшафта археологического памятника аркаимкак фактор его популяризации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 102–111.
12. Симакова С. И. Визуальный образ Аркаима в материалах СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 129–142.
13. Топчий И. В. Официальный сайт музея: критерии оценки сайта и их апробация на примере портала челябинского государственного историко-культурного заповедника «Аркаим» // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 27–36.
14. Царевский В. А. Аркаим — родина Заратуштры. М.: Афина, 2008. 192 с.
15. Чернышов А. В. Публичный дискурс археологического наследия и формы его интерпретаций // Вестник Томского государственного университета. История. 2022. № 78. С. 188–194.
16. Little B. J. Historical archaeology: Why the past matters. Walnut Creek: Left Coast Press, 2007.
17. McGimsey C. R. Public archaeology. N. Y., 1972.
18. Sabloff J. A. Archaeology matters: Action archaeology in the modern world. Walnut Creek, CA, 2008.

References

1. Zdanovich DG., Kogan EI. & Orlova NN. *Arkaim. 1987–1997 Bibliograficheski yukazatel' = Arkaim. 1987–1997 Bibliographic Index*. Chelyabinsk; 1999. (In Russ.).
2. Zagidullina MV. Archaeological topics in the media in the aspect of “public archaeology”. *Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1: Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury = News of the Ural Federal University. Series 1: Problems of Education, Science and Culture*. 2021;1:40-48. (In Russ.).
3. Zubanova LB. Memorial identity: between the place of memory and the memory of places. *Cheljabinskij gumanitarij = Chelyabinsk humanitarian*. 2023;1(62):32–38. (In Russ.).
4. Zdanovich GB., Malyutina TS., Zdanovich DG. *Arkaim. Arheologiya ukrepyonnyh poselenij = Arkaim. Archaeology of fortified settlements*. Monograph. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University, 2020. DOI 10.47475/9785727116999. (In Russ.).
5. Kupriyanova EV. Arkaim: popularization or “pops” (to the issue of problems of interaction between science and mass consciousness) // *Gorizonty civilizacii = Horizons of civilization*. 2013;4:73–88. (In Russ.).
6. Medvedeva AR. Dynamics of representation of Arkaim through the thematic component in online media (2022–2023). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija = Sign: problematic field of media education*. 2024;1(51):97-102. DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-97-102. (In Russ.).
7. Nepljuev PA. Getting to the city: archeology in the public space of Perm. *Geografija i turizm = Geography and tourism*. 2023;1:94–99. (In Russ.).
8. Petrov FN. Arkaim settlement in scientific and popular science literature // *Rossijskaya arheologiya = Russian archaeology*. 2015;2:167-176. (In Russ.).
9. Petrov FN., Kupriyanova EV. *Poseleniya epokhi bronzy v Arkaimskoj doline: po rezul'tatam razvedochnykh issledovaniy 1997–2015 gg. = Bronze Age settlements in the Arkaim Valley: based on the results of exploratory research from 1997 to 2015*. Monograph. Moscow: Heritage; 2016. (In Russ.).
10. Putenihin VP. *Mesto sily — gorod Arkaim = Place of power — the city of Arkaim*. Monograph. Rostov-na-Donu, Feniks; 2009. (In Russ.).
11. Safonov AV., Topchij IV. The system of images of the memorial landscape of the archaeological site Arkaim as a factor in its popularization. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija = Sign: problematic field of media education*. 2023;4(50):102-111. DOI 10.47475/2070-0695-2023-50-4-102-111 (In Russ.).
12. Simakova SI. The visual image of Arkaim in media materials. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija = Sign: problematic field of media education*. 2021;2(40):129–142. DOI 10.47475/2070-0695-2021-10215 (In Russ.).

13. Topchii IV. The official site of the museum: criteria for evaluating the site and their testing on the example of the portal of the Chelyabinsk state historical and cultural reserve “Arkaim”. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija = Sign: problematic field of media education*. 2021;3(41):27-36. DOI: <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10303>. (In Russ.).
14. Carevskij VA. *Arkaim — rodina Zaratushtry = Arkaim — the birthplace of Zarathushtra*. Monograph. Moscow, Afina; 2008. (In Russ.).
15. Chernyshov AV. Public discourse of archaeological heritage and forms of its interpretation. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istorija = Tomsk State University Bulletin. History*. 2022;78:188-194. (In Russ.).
16. Little BJ. *Historical archaeology: Why the past matters*. Walnut Creek: Left Coast Press; 2007.
17. McGimsey CR. *Public archaeology*. N. Y.; 1972.
18. Sabloff JA. *Archaeology matters: Action archaeology in the modern world*. Walnut Creek, CA; 2008.

Информация об авторе

С. А. Панюкова — старший преподаватель кафедры медиапроизводства.

Information about the author

S. A. Paniukova — Senior Lecturer, Department of Media Production, Chelyabinsk State University.

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