

# СИСТЕМА ОБРАЗОВ МЕМОРАТИВНОГО ЛАНДШАФТА АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ПАМЯТНИКА АРКАИМ В ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОМ ВИДЕОКОНТЕНТЕ<sup>1</sup>

*И. В. Топчий*

*Челябинский государственный университет,  
ул. Братьев Кашириных, 129, 454001, г. Челябинск, Россия,  
ivtopchiy@mail.ru*

В работе представлены результаты социологического опроса посетителей Челябинского государственного историко-археологического музея-заповедника «Аркаим», а также выявлены основные элементы системы образов меморативного археологического памятника.

**Ключевые слова:** Аркаим; археологический памятник; система образов; пользовательский контент; меморативный ландшафт; ВКонтакте; VK Клипы.

## SYSTEM OF IMAGES OF THE MEMORATIVE LANDSCAPE OF THE ARCHAEOLOGICAL MONUMENT ARKAIM IN USER VIDEO CONTENT

*I. V. Topchiy*

*Chelyabinsk State University,  
129, Kashirinykh Str., 454001, Chelyabinsk, Russia  
Corresponding author: I. V. Topchiy (ivtopchiy@mail.ru)*

The paper presents the results of a sociological survey of visitors to the Chelyabinsk State Historical and Archaeological Museum-Reserve «Arkaim», and also identifies the main elements of the system of images of the memorial archaeological monument.

---

<sup>1</sup>Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с органами власти Челябинской области) № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098>, проект «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)».

**Key words:** Arkaim; archaeological site; image system; user-generated content; memorial landscape; VKontakte; VK Clips.

Давая определение понятию «образ» В. И. Коньков отмечает, что «в основе образа лежит изображение, воплощающее в себе какую-то идею <...> под изображением мы понимаем наглядное представление об изображаемой действительности (человек, его жилище, мир живой и неживой природы и т. д.) [1, с. 38]. Элементы меморативного ландшафта воспринимаются акторами в качестве образов как единиц концептуализированных смыслов (и системы образов как пространства смыслов) до тех пор, пока воплощаемые ими идеи не выражены словесно. Именно отсутствие вербальной расшифровки идеи, которую воплощает собой фрагмент меморативного ландшафта либо ландшафт в целом, в момент восприятия его реципиентом обуславливает эмоциональную чистоту и силу данного восприятия» [2, с. 107].

Ранее к теме образа археологического памятника Аркаим обращалась С. И. Симакова, которая анализировала его на материалах СМИ [3; 4]. Мы же решили обратиться к пользовательскому контенту.

По результатам анкетирования посетителей Челябинского государственного историко-археологического музея-заповедника «Аркаим», проведенного в полевых условиях в 2023 г. на вопросы, касающиеся присутствия Аркаима в социальных медиа, были получены следующие результаты (всего было опрошено 443 человека):

- на вопрос «Не возникает ли у вас желание поделиться впечатлениями от посещения Аркаима в социальной сети?» 47% посетителей ответили отказом, 11% ответили, что они здесь первый раз и пока не определились, ответы остальных распределились в следующем виде: делятся фотографиями 28% посетителей, видео – 8%, полноценный пост (с текстом и различным типом визуализации) публикуют 6% посетителей.

- «В какой социальной сети вам встречалась информация об Аркаиме?» – 55,5% ответили, что никакая информация не встречалась, «ВКонтакте» – 30%, YouTube – 9%, RuTube, «Одноклассники», Instagram, Facebook2 – по 2%. Кроме того, в ответах посетителей присутствовала социальная сеть TikTok, которую мы, к сожалению, в вариантах ответов не указали. Уточним, что ответ предполагал возможность выбора нескольких социальных сетей.

Исходя из результатов данного опроса для анализа визуального представления Аркаима в пользовательском видеоконтенте нами была выбрана площадка «ВКонтакте». Методом сплошной выборки по тегу «Аркаим» были найдены 50 видео на площадке коротких видео VK Клипы.

Видео анализировались с позиции:

- медиаэстетики: средства съемки, технологические характеристики площадки размещения, в том числе временные рамки видео, использовался ли монтаж для обработки видео, наложена ли музыка на видео и т. п.;
- что снято: природа, артефакты места, ритуальные практики, отдельно отмечалось присутствие актора в кадре.

Средняя длительность видео – 28–30 секунд.

88 % видео сняты на телефон. Качество съемки среднее. Это значит, что на видео присутствуют звуковые шумы (чаще всего шум ветра), картинка не стабильная. Хотя стоит отметить оставшиеся 12 % – это видео, снятые на камеру или чаще на дрон.

Монтаж видео используют 42 % акторов. Чаще всего – это склейка нескольких видео, слайд-шоу фотографий, на которые наложен звуковой ряд. Музыка используется 2-х видов – спокойная, медитативная, либо мистическая (из заставки сериала «Гравити фолз» или телепрограммы «Битва экстрасенсов»). Лишь в 3 из 50 видео используется веселая, динамичная музыка.

Объект съемки – в 37 % роликов акцент сделан на природе Аркаима. Снята степь, река, горы. Но при съемке гор не делается акцент на проводимых там обрядах. В половине роликов «природной тематики» показан процесс встречи заката или рассвета, который тоже является одним из символов Аркаима.

В 52 % случаев акцент в видео сделан именно на ритуалах, либо практиках, проводимых на Аркаиме. Процесс прохождения спирали на горе Шаманка встречается в 41 % видео. Также встречаются практики медитации – либо человек просто сидит на горе и смотрит в небо, либо лежит с закрытыми глазами и медитирует под музыкальные чаши.

В 25 % случаев авторы видео смешивают и природу, и ритуалы.

И только 12,5 % роликов несут в себе информацию об исторической значимости данного места.

Таким образом, главными элементами системы образов меморативного ландшафта археологического памятника Аркаим в пользователь-

ском видеоконтенте являются горы, которые символизируют постижения, обретения смысла; выздоровления: физического и духовного. И река как олицетворение разлома («тектонический разлом») / разрыва (прерывности) [2, с. 110].

#### Библиографические ссылки

1. *Коньков В. И.* Изображение и образ в медийной среде // Медиасреда. 2020. № 17. С. 37–41.
2. *Сафонов А. В., Топчий И. В.* Система образов меморативного ландшафта археологического памятника Аркаим как фактор его популяризации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4(50). С. 102–111.
3. *Симакова С. И.* Визуальный образ Аркаима в материалах СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2(40). С. 129–142.
4. *Симакова С. И.* Образ Аркаима в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4(42). С. 158–167.