Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 1 (55). С. 125–132.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2025;1(55): 125–132.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 316.7
DOI 10.47475/2070-0695-2025-55-1-125-132

СТРУКТУРНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПРОСТРАНСТВА: В ПОИСКАХ АФФЕКТА (НА МАТЕРИАЛЕ ОПРОСОВ ПОСЕТИТЕЛЕЙ АРКАИМА)

Арина Ринатовна Медведева
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия
arinamka@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-8911-5100, SPIN-код: 2968-2913

Аннотация. Данное исследование посвящено специфике восприятия музейного комплекса Аркаима посетителями. Основной фокус исследования направлен на выявление особенностей взаимодействия посетителей с Аркаимом как структурой ссылок на исторический контекст реального пространства. Теоретическая часть статьи включает в себя рассмотрение проблематики медиагеографии (пространство как медиа), аффордансов пространства, философскую концепцию сборок (комплексное понимание пространства как совокупности системной и структурной диады). Музейный комплекс рассматривается как структура пространства, распространяющая специфические аффордансы, вносящие возможность реструктуризации реального пространства за счет воображаемого восстановления когда-то реальных характеристик пространства (жизнь предков).
Методология исследования включает проведение опроса среди посетителей Аркаима за май-сентябрь 2023 года, выделена выборка тех посетителей, которые в качестве привлекательности Аркаима отмечали «возможность оказаться на месте раскопок, посетить музейный комплекс» (155 человек). Анализ данных выявил несколько ключевых тенденций выборки: 1) преобладание временного аспекта в восприятии Аркаима, 2) значимость «памяти поколений» как важного фактора в оценке ценности Аркаима, 3) интерес к энергетическому воздействию места, хотя и с разной степенью принятия мистических интерпретаций, 4) предпочтение эмоционального (аффективного) взаимодействия с пространством сугубо познавательному. В заключении подчеркивается важность комплексного подхода к пониманию восприятия исторических пространств, учитывающего аффективные аспекты взаимодействия человека с культурным наследием. Предполагается, что ключевым фактором при взаимодействии с пространством для респондентов остается личное намерение ради обогащения субъективного опыта, тогда как аффордансы пространства (носящие как культурный, так и природный характер) выбираются именно для этой цели.

Ключевые слова: Аркаим, память, пространство, аффордансы, аффекты, структура, система

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с Челябинской областью) № 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: Медведева А. Р. Структурное восприятие пространства: в поисках аффекта (на материале опросов посетителей Аркаима) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 1 (55). С. 125–132. doi: 10.47475/2070-0695-2025-55-1-125-132

Original article

STRUCTURAL PERCEPTION OF SPACE: IN SEARCH OF AFFECT (BASED ON SURVEYS OF ARKAIM VISITORS)

Arina R. Medvedeva
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia
arinamka@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-8911-5100

Abstract. This study is devoted to the specifics of the perception of the Arkaim museum complex by visitors. The main focus of the study is to identify the features of visitors' interaction with Arkaim as a structure of links to the historical context of real space.

The theoretical part of the article includes consideration of the problems of media geography (space as media), affordances of space, the philosophical concept of assemblages (a comprehensive understanding of space as a combination of a systemic and structural dyad). The museum complex is considered as a structure of space that spreads specific affordances that make it possible to restructure real space through the imaginary restoration of the once real characteristics of space (the life of ancestors).
The research methodology includes a survey among Arkaim visitors in May-September 2023, a sample of those visitors was selected who noted "the opportunity to be at the excavation site, to visit the museum complex" as an attractive feature of Arkaim (155 people). The data analysis revealed several key trends: 1) the predominance of the temporal aspect in the perception of Arkaim, 2) the significance of the "memory of generations" as an important factor in assessing the value of Arkaim, 3) interest in the energetic impact of the place, although with varying degrees of acceptance of mystical interpretations, 4) preference for emotional (affective) interaction with space over purely cognitive. The conclusion emphasizes the importance of a comprehensive approach to understanding the perception of historical spaces, taking into account the affective aspects of human interaction with cultural heritage. It is assumed that the key factor in interaction with space for respondents remains personal intention for the sake of enriching subjective experience, while the affordances of space (both cultural and natural in nature) are chosen precisely for this purpose.

Key words: Arkaim, memory, space, affordances, affects, structure, system

Acknowledgments: The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation (in cooperation with the authorities of the Chelyabinsk region) № 23-18-20098, https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/, project «Materialized identity: construction of memory in a socio-economic perspective (on the example of the archaeological site Arkaim)».

For citation: Medvedeva A. R. (2025). Structural perception of space: in search of affect (based on surveys of Arkaim visitors). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 1(55): 125–132. doi: 10.47475/2070-0695-2025-55-1-125-132 (In Russ).

Введение

Сложность исследования восприятия археологических объектов заключается, прежде всего, в описании самого эффекта таких объектов для человека и их зависимости от того пространственного контекста, в котором они находятся. Специфичность таких объектов для анализа строится вокруг неоднородности самого пространства: любой сконструированный человеческой культурой объект не существует в изоляции, но разделяет среду вместе с теми объектами, что изначально в нем существуют (имеют природное происхождение), так же, как и с теми объектами, которые были внедрены в этот контекст искусственно. В рамках данного исследования эта проблема рассматривается на примере музейного комплекса Аркаима как примера такого культурного расширения пространства.

Вопрос о пространстве как медиа является одной из разрабатываемых проблем в медиагеографии (см. обзор: Adams, Warf 2022). По мнению Э. В. Соджи, пространство не следует понимать исключительно в его «физическом» смысле, как совокупность реально существующих объектов; также следует принимать в расчет и то, что пространство – это структура, спроектированная обществом (Soja 1980: 210). В его концепции *thirdspace* («третье пространство») «пространственность» можно понимать как качественную характеристику действительности наряду с социальностью и историчностью; соответственно *thirdspace* можно рассматривать как триаду историчность-пространственность-социальность (Soja 1996: 3). Несмотря на то, что исследователь в основном исследует городские пространства, «теория трех пространств» хорошо демонстрирует уровни организации и восприятия пространства в целом; что также можно соотнести с кейсом Аркаима как комплексной системы: 1) первое пространство – это физическое пространство, тем не менее, спланированное (и застроенное) обществом, 2) второе пространство – это пространство концептуальное, как его воспринимают люди (по мнению Э. В. Соджи, спроектировано маркетингом, социальными нормами, определяющими допустимое взаимодействие с пространством), 3) третье пространство порождается первыми двумя как совокупность реального и воображаемого: это действия в реальном пространстве, осуществляемые сквозь призму выработанных норм второго пространства. Такое деление пространства на уровни очерчивает общую исследовательскую проблему: где заканчивается «физическое» (реальное) и начинается «воображаемое / подразумеваемое», и как эти два компонента влияют на друг друга.

В медиагеографии проблему воображаемого пространства нередко относят к проблеме репрезентации пространства в СМИ, поскольку одним из ключевых вопросов в теме восприятия остается вопрос о первичном и вторичном опыте (Burgess, Gold 2015: 9), иными словами, как между собой отличается непосредственный физический (телесным) контакт с местом и опосредованный, например, через медиа. В связи с этим существует и вопрос о стереотипности отображения пространства в медиа, хотя отмечается, что стереотипность репрезентации места связана не столько с личным желанием журналиста, сколько с тем, что формат средств массовой информации требует структурной типизации (Burgess, Gold 2015: 10). Тем не менее, любые типы медиа являются примером конструирования воображаемого пространства, которое является своего рода «когнитивным предвосхищением» – заранее спроектированной структурой, определяющей те или иные способы взаимодействия с пространством.

Один из теоретиков пространственного понимания Дж. Т. Мур отмечал, что важным аспектом остается исследование субъективного понимания пространства через образы, впечатления и убеждения людей,

которые, тем не менее, могут формироваться и через внешние источники (Moore, Golledge 1976: 3). Таким образом, в понимании Дж. Т. Мура любая интерпретация пространства должна работать как фильтр или схема для всей совокупности сигналов, производимых средой (Moore 1979: 35). На основе ряда исследований, Дж. Т. Мур отмечает, что восприятие пространства не является его точным отображением (вроде карты), наоборот, в процессе запоминания (и воспроизведения пространства в памяти) задействованы ожидания, разного рода символика и прочее, что тем или иным образом видоизменяет данную реальность (Moore 1979: 36). Люди в первую очередь запоминают здания по их функционалу, затем по видимости (учет расположения), и только потом по физическим характеристикам, особенностям архитектуры (Moore 1979: 37). Важность такого «предвосхищения» связана с тем, что при коммуникации с пространством на первый план выходит действие, а не созерцание. Логика взаимодействия со средой строится не на обособленных физических характеристиках, а на способах влияния на пространство (а значит, возможности изменения или приспособления таких характеристик).

Идею первичности функциональности пространства, но с позиций психологического подхода, обосновывает Г. Хефт (Heft 2013), который использует концепцию аффордансов (терминология Дж. Гибсона (1988)). Таким образом он приходит к описанию пространства двумя категориями: организмо-независимыми и организмо-зависимыми свойствами (те свойства пространства, которые существуют вне зависимости от взаимодействия с каким-либо организмом, и наоборот) (Heft 2010: 17). Он также отмечает, что если рассматривать пространство с позиций зависимости (а значит аффордансов), то такой функционал пространства должен рассматриваться в приложении к конкретному организму, то есть важным аспектом является субъективность восприятия, о которой также упоминал Дж. Т. Мур.

В концепции Г. Хефта, аффордансы пространства – это не субъективный когнитивный конструкт, а его реальные свойства, которые, тем не менее, имеют психологическое значение (Heft 2010: 19). Аффордансы несут в себе информацию о возможном действии конкретного организма внутри пространства, какие опции доступны, какие – нет (Heft 2010: 20). В работах Г. Хефта присутствуют примеры, показывающие, что все-таки возможность действия проистекает из физических свойств объекта в совокупности с физическими свойствами организма, вступающего во взаимодействие со средой.

Концепция психологического взаимодействия со средой Г. Хефта позволяет использовать аффордансы как ключевой элемент эмоционального вовлечения в окружающее пространство; в его логике именно действие становится фактором аффективного взаимодействия. Таким образом, исследователь уходит от логики «безмолвного созерцания» к активной, психологически насыщенной коммуникации (Heft 2010: 26). Функциональный аспект пространства важен при восприятии, так как тогда субъект может вписать себя в контекст пространства при помощи определенных активностей (то есть вступить в коммуникацию) и получить обратную связь, которая, предположительно, и становится источником аффективного переживания.

Как отмечал Э. В. Соджа, на первый план должна выйти пространственность как парадигма для смещения точки интереса к системе связей, а не время или историчность пространства (Soja 1999: 261). Но может ли *историчность* пространства выступать в роли аффорданса, носящего аффективный заряд?

Если обратиться к пространству Аркаима, то музейный комплекс так или иначе смещает внимание посетителя с настоящего в прошлое. Вектор этих объектов явно историчен (и манипулирует временем), относя пространство к конкретному временному разрезу, но можно предположить, что «временность» пространства также является аффордансом, хоть и когнитивного характера, нежели строго физического. Аффордансы музейного комплекса понятны (в том смысле, что понятен репертуар действий посетителей), но их психологическое значение (важность которого подчеркивает Г. Хефт) связано с пониманием взаимодействия человека и среды как коммуникации, у которой действительно присутствует коммуникативная цель и желательный аффективный результат. В связи с этим в статье предпринимается попытка анализа такой коммуникации посетителей с пространством Аркаима в контексте музейного комплекса на материале опросов.

Методы и материалы

Опрос посетителей был проведен в мае–сентябре 2023 года. Количество респондентов в выборке составило 155 человек. Основу выборки составили респонденты, которые в ответе на вопрос о привлекательности Аркаима, отвечали «возможностью оказаться на месте раскопок, посетить музейный комплекс». В приведенной выборке есть общие с базой данных по всем посетителям тенденции, приводятся ниже (см. (Загидуллина 2024: 90–91):

1. Пол: женщины – 71 %, мужчины – 29 %.

2. Возраст: 18–24 года (5 %), 25–44 года (43 %), 45–59 лет (34 %), более 60 лет (18 %).

3. География: Челябинск (18 %), Магнитогорск (14 %), малый город Челябинской области (3 %), поселение в Челябинской области (5 %), иной город России (41 %), поселение в регионе России (19 %).

4. Откуда была получена информация об Аркаиме (указаны процента от общего числа респондентов):

рассказали друзья, знакомые (72 %), из социальных сетей (7 %), печатные СМИ (3 %), телевизионные репортажи (8 %), неформальные контакты с теми, кто побывал на Аркаиме (13 %), сайт музея-заповедника Аркаим (аккаунт музея в социальных сетях) (3 %), туристические агентства, частные экскурсоводы (7 %), информация, размещенная на официальных ресурсах Челябинской области (1 %), информация с места работы/учебы (6 %), другое (6 %).

5. Организация выезда: самостоятельно в одиночку (14 %), самостоятельно – в организованной группе (26 %), в компании друзей (60 %), другое (0 %).

Для содержательного анализа тенденций ответы респондентов были распределены в соответствии с тремя блоками вопросов: 1) ожидания от посещения Аркаима, 2) организация деятельности на Аркаиме, 3) ценности Аркаима.

Результаты

В первом блоке вопросов (Таблица 1) можно заметить, как реализуется схема пространства при реальном взаимодействии. У большинства респондентов схема пространства либо соответствует пространству, либо преуменьшает ее воздействие. То есть ее воздействие можно рассматривать скорее в позитивном ключе как способ быстрой ориентации в пространстве (схема адекватна пространству) и в определенном смысле ненавязчивости этой схемы (не препятствует производству субъективных впечатлений).

Таблица 1 – Блок вопросов по ожиданиям от посещения Аркаима

Соответствует информация до посещения – тому, что вы увидели во время посещения?		
Вариант ответа	Количество респондентов	Проценты (от общего числа респондентов)
соответствует	65	42
информация была несколько приукрашена	19	12
личные впечатления сильнее, чем транслируемая информация	58	38
затрудняюсь ответить	13	8
В целом, оправдались ли ваши ожидания от посещения Аркаима?		
Вариант ответа	Количество респондентов	Проценты (от общего числа респондентов)
оправдались – очень доволен посещением	123	79
ожидал(а) большего, есть некоторое разочарование	16	10
полное разочарование	5	3
пока не могу сказать точно	13	8

Только 12 % отметили «преукрашенность» схемы, что как раз может отображать негативность схематичной подготовки пространства, когда схема включает в себя аффективный потенциал пространства, создавая препятствия к формированию собственного. Однако стоит отметить, что, поскольку нет возможности оценить содержательный источник такой схемы, допускается вероятность того, что большему количеству респондентов просто близка эмоциональная схема пространства.

Во втором блоке вопросов (Таблица 2) наблюдается расхождение с общими тенденциями по базе данных: подавляющее большинство респондентов (71 %) предпочтут воспользоваться услугами профессионального экскурсовода. Фигура профессионального экскурсовода предполагает сознательное восприятие объектов музейного комплекса именно как структурных компонентов, которые позволяют обогатить пространство при помощи ссылки на когда-то актуальный для пространства контекст.

Таблица 2 – Блок вопросов по организации деятельности на Аркаиме

Когда вы на Аркаиме, для вас предпочтительнее» (несколько вариантов ответа)		
Вариант ответа	Количество респондентов	Проценты (от общего числа респондентов)
воспользоваться услугами профессионального экскурсовода	110	71
найти Проводника – человека, который умеет делиться энергией этого места	22	14
остаться наедине с собой, сосредоточиться на внутреннем состоянии	31	20
знакомиться с Аркаимом в компании своих друзей, единомышленников	48	31
другое	4	3
Чем вас привлекает это место? (несколько вариантов ответа)		
Вариант ответа	Количество респондентов	Проценты (от общего числа респондентов)
природные условия, степной ландшафт	80	52
возможностью оказаться на месте раскопок, посетить музейный комплекс	155	100
окунуться в мир прошлого, обрести связь с поколениями предков	87	56
почувствовать энергию этого места, его духовную силу	88	57

решить личную задачу (исцеление, исполнение желания, раскрытие своих способностей)	23	15
решить профессиональную задачу (организация мероприятия, художественные или научные цели)	10	6
принять участие в конкретном мероприятии	12	8
просто провести время в кругу друзей на новом (или знакомом) для себя месте	24	15
другое	5	3
Какие конкретные занятия вас особенно привлекают? (несколько вариантов ответа)		
посещение музейных комплексов	125	81
возможность встретить восход солнца в степи	75	48
совершить восхождение на горы, находящиеся на территории Аркаима	116	75
поехать на горы, расположенные в нескольких километрах от лагеря	31	20
принять участие в ритуале завязывания ленточек для исполнения желаний	4	3
сделать своими руками дольмен из камней	10	6
прикоснуться к каменным глыбам в Долине Камней	19	12
принять участие в профессиональной экскурсии	78	50
принять участие в физических практиках на природе	23	15
принять участие в коллективных духовных практиках – работа с энергиями (хоровод, объятия, пляска под шаманский бубен, варган)	18	12
самостоятельно совершать жертвенные приношения, рассказать о сокровенных желаниях	9	6
знакомиться с современными инсталляциями	12	8
принять участие в мастер-классах, связанных с древними ремеслами	10	6
приобрести сувениры	21	14
сделать необычные фотографии	20	13
просто провести время с компанией друзей, посидеть у костра	30	19
другое	9	6
медитация наедине с собой	10	6
Без обращения к каким объектам/практикам вы не представляете себе посещение Аркаима (несколько вариантов ответа)		
восхождение на гору Шаманка	95	61
восхождение на гору Любви	82	53
восхождение на гору Покаяния	79	51
посещение усыпальницы Курган-Темир	19	12
посещение березовой рощи (по легенде – портал времени)	9	6
посещение древнего городища Аркаим	88	57
посещение музея «Природы и Человека»	57	37
посещение музея печей	18	12
посещение жилищ каменного века	20	13
посещение аллеи менгиров	11	7
участие в практиках, воспроизводящих древние ремесла, – гончарное дело, плетение	5	3
посещение этно-музея «Казачья Усадьба» и Ветряной Мельницы	16	10
другое	18	12

Помимо привлекательности возможности «оказаться на месте раскопок, посетить музейный комплекс», респонденты также выделили такие варианты, как (чуть больше 50 % у каждого варианта): 1) природные условия, степной ландшафт, 2) окунуться в мир прошлого, обрести связь с поколениями предков, 3) почувствовать энергию этого места, его духовную силу. В первом случае заметно внимание респондентов к пространству в общем, к его природному контексту. Следовательно, у части респондентов потребность в настоящем контакте с природой сохраняется и не заменяется исключительно опосредованным контактом через исторический контекст. Во втором случае можно наблюдать обратную тенденцию, где сосредоточенность на музейном комплексе связана с аффективной потребностью в поиске обогащения системы в пространстве прошлого. В третьем случае запрос также выглядит ориентированным на эмоциональную (или психологическую) сферу, но в более абстрактной форме. Если формулировка «окунуться в мир прошлого» подразумевает посещение исторических объектов, то «почувствовать энергию этого места» с большей степенью относится к пространству в целом, восприятию его атмосферы.

Среди активностей, помимо ожидаемой доминанты ответа «посещение музейных комплексов» (81 %), также в большой степени представлены варианты: 1) совершить восхождение на горы, находящиеся на территории Аркаима (75 %), 2) принять участие в профессиональной экскурсии (50 %), 3) возможность встретить восход солнца в степи (48 %). По аналогии с предыдущим вопросом прослеживается та же тенденция: стремление воспринимать пространство не только опосредованно (через готовые схемы), но и конструировать самостоятельную интерпретацию пространства, основанную на субъективных ощущениях.

В третьем блоке (Таблица 3) в вопросе о ценности Аркаима наиболее популярный ответ совпадает с общей тенденцией стремления преобразования пространства через категорию времени – «прикоснуться к истории человечества, понять прошлое» (81 %). Здесь также прослеживается аффективность, особенно на контрасте с вариантом ответа «изучить историю Аркаима, познакомиться с археологическими находками» (46 %), который носит более познавательную направленность.

Таблица 3 – Блок вопросов по ценности Аркаима

В чем вы видите ценность Аркаима, что важно для вас в этом месте? (несколько вариантов ответа)		
Вариант ответа	Количество респондентов	Проценты (от общего числа респондентов)
прикоснуться к истории человечества, понять прошлое	125	81
задать себе вопросы о смысле жизни, понять себя	57	37
напитаться целительной энергией, духом и силой места	73	47
изучить историю Аркаима, познакомиться с археологическими находками	72	46
побывать на природе, увидеть степь	54	35
интересно провести время с друзьями, единомышленниками	53	34
другое	8	5
затрудняюсь ответить.	16	10
Нужно ли знакомить с памятником Аркаим современное поколение детей и подростков? (несколько вариантов ответа)		
да, это память поколений, дети должны ее ощущать	81	52
да, из-за особой духовной силы Аркаима, его созидательной энергетики	33	21
это важный элемент регионального патриотизма, надо знать достопримечательности своего края	24	15
знакомство с Аркаимом не помешает, хотя и не обязательно	11	7
не вижу особой ценности этого места для современного поколения детей и подростков	9	6
другое	20	13
затрудняюсь ответить.	9	6
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	13	8
полностью поддерживаю и разделяю	43	28
отношусь с раздражением – как к выдумкам, мешающим развитию науки	6	4
никак не отношусь к этой точке зрения, не задумываюсь об этом	12	8
отношусь с интересом, хотя и не ощущаю этого воздействия на себе	31	20
отношусь с интересом и ощущаю на себе силу этого места, но это не мистическая трактовка	50	32

Для респондентов большей значимостью обладает «память поколений», нежели особая духовная сила (52 % против 21 %). Таким образом, выявляется тенденция обогащения реального пространства через контекст прошлого, позволяющий использовать уже ушедшие категории в настоящем. При этом строго эзотерическое понимание прошлого отсутствует: 28 % респондентов разделяет трактовку Аркаима как места силы, а 32 % уточнили, что хоть и ощущают энергетику этого места, но это не мистическая трактовка.

Обсуждение результатов

Музейный комплекс можно рассматривать как совокупность аффордансов (функциональных возможностей) пространства. Само понятие аффордансов тесно связано с концепцией интерфейса. В философском понимании интерфейс используется как обозначение промежуточной среды при взаимодействии, в плоскости которой и функционируют аффордансы. Вопрос о том, насколько эта среда явленна физически, является неоднозначным. Если следовать логике А. Галлоуэя, то среда эта скорее носит виртуальный, абстрактный, когнитивный характер. То есть интерфейс осознается и понимается, даже подразумевается, нежели непосредственно наблюдается. Интерфейс как совокупность возможностей взаимодействия (аффордансов) – это отдельное поле еще не сделанного выбора (Galloway 2012: 40).

Интерфейс близок к тому, что Ф. Гваттари обозначал структурной диадой сборок (его авторская номинация структурного домена даже близка к аффордансам – Вселенная возможностей). В концепции сборок Ф. Гваттари, их устройство состоит из двух диад: системной (Ф, машина, и F, потоки) и структурной (U, вселенная возможностей, и T, территории). Системная диада обозначается как актуальная, структурная – виртуальная. Связь между диадами происходит при помощи синапсов аффекта и эффекта (Guattari 2012: 60). Если рассматривать сборку применительно к пространству, то системная диада выражается совокупностью объектов, представленных в нем; структурная же главным образом выражается в аффордансах и способах структуризации пространства.

Системный домен близок к тому, что Э. В. Соджа характеризовал как пространственность; то есть логика *системы* (машины) исключает причинность, подразумевает одновременность существования различных объектов и характеризует связь между объектами по ассоциативному принципу (то есть схожести качеств). Однако поскольку машина абстрактна, то не стоит понимать это так, что абсолютно все объекты, когда-либо принадлежащие некоему пространству (а значит сборке), остаются физически представленными. Тем не менее возможность актуализировать когда-то существовавшие объекты сохраняется – этот процесс как раз может инициировать в том числе структурная диада, которая вносит в сборку алгоритм, способность к реорганизации.

Если рассматривать сборку и ее устройство применительно к пространству Аркаима, то стоит исходить из того, что природно данные объекты и условия (природная среда) носят машинный характер происхождения; в то время как музейный комплекс (будучи культурным расширением пространства) несет в себе структурирующий потенциал. Музейный комплекс в качестве структуры генерирует различные аффордансы, которые содержат в себе ссылку на когда-то реальный (актуальный) контекст тем самым позволяя манипулировать актуальностью объектов (например, музейные экспонаты, городище, «хижина древнего человека» и т. д.). Важно отметить, что подобная манипуляция интерпретацией пространства происходит за счет использования категории времени. Прошлое в таком разрезе – не более чем ссылка на когда-то

актуальный контекст, который можно частично восстановить при помощи особенностей человеческого восприятия.

Таким образом, музейный комплекс в контексте пространства Аркаима не существует обособленно от природных условий, но тесно с ними связан, эта связь подчеркивается за счет исторических ссылок (аффордансов). Историческое восприятие пространства («Аркаим как родина предков») позволяет актуализировать те компоненты пространства, которые в текущем моменте существовать реально не могут (что и выражается во влиянии структурной диады на системную).

Согласованная работа системной диады (машины и потоков) приводит к активации синапса аффекта, который, в свою очередь, воздействует на структурный домен. Итогом такого взаимодействия могут стать новые алгоритмы, уже психологического характера для каждого посетителя, приводящие к активации синапса эффекта – то есть действия по отношению к пространству (обновлении системного домена – восстановления актуальности объектов). Такая операция взаимодействия между доменами соответствует логике Г. Хефта: преследование тех или иных аффордансов в пространстве должно нести и аффективный потенциал, так как исходит из личного намерения человека. Акт коммуникации требует эмоционального обмена.

Заключение

В целом, среди посетителей прослеживается акцентирование времени, памяти, причинности как способов реорганизации / дополнения существующей действительности. Тем не менее, заметна и аффективная потребность при коммуникации с Аркаимом. Очень небольшое количество посетителей предпочитает освоение Аркаима средствами сугубо научной информации; так или иначе посетители актуализируют контекст прошлого для обретения субъективных ощущений, которые выражаются в стремлении понять прошлое, перенять память поколений, таким образом, основной потребностью является стремление к обогащению собственной субъективности. Судя по откликам респондентов, историческое понимание пространства скорее закрывает потребность в обретении новых впечатлений (эмоций), а не в сухом анализе пространства (хотя и такой вариант гипотетически возможен).

Аффордасный потенциал музейного комплекса имеет когнитивный характер, так как буквальное соприкосновение с пространством (например, места раскопок или хижины древнего человека) не дает доступа к потокам, которые в нем заключены. Это связано с тем, что данные объекты являются действительно диаграммами / чертежами прошлого, ведь реальные активности внутри этих объектов, реальная жизнь предков давно закончилась, остались лишь рассказы о ней. Постижение реальных потоков внутри таких объектов затруднительно при непосредственном контакте, только при опосредованном (например, опираясь на рассказы экскурсовода). Таким образом, возможно лишь условное восстановление этих потоков при помощи диаграмм.

Тем не менее, очевидно, что посетителям важно и иное понимание пространства – через общее впечатление о месте, включая постижение природных объектов (доминанта восхождения на горы на территории Аркаима). В представленной выборке посетителей, несмотря на частичную доминанту опосредованного контакта с пространством через структуру музейного комплекса, остается потребность и в прямом контакте через природные объекты. Сосуществование различных стратегий взаимодействия с пространством (и их равноценность для посетителей) можно рассматривать как признак преобладания намерения над формой взаимодействия – различные активности позволяют усилить конкретные потребности посетителей (преимущественно, духовного плана, как видно из результатов опроса), что частично подтверждает предположение о поиске именно субъективного опыта в пространстве через аффекты.

Список источников

Гибсон Дж. Экологический подход к зрительному восприятию. М. : Прогресс, 1988. 464 с.

Загидуллина М. В. Освоение меморативного ландшафта как коммуникативная практика (на примере историко-археологического музея «Аркаим») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 88–96. https://www.doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-88-96.

Adams P. C., Warf B. (ed.). Routledge handbook of media geographies. London, New York : Routledge, 2022. 286 p. https://www.doi.org/10.4324/9781003039068.

Burgess J., Gold J. R. Introduction: Place, the Media and Popular Culture // Geography, the media and popular culture. Routledge, 2015. P. 1–32. https://www.doi.org/10.4324/9781315659343.

Galloway A. R. The Interface Effect. Cambridge : Polity Press. 2012. 182 p.

Guattari F. Schizoanalytic Cartographies. New York : A&C Black, 2012. 321 p.

Heft H. Affordances and the perception of landscape // Innovative approaches to researching landscape and health. 2010. P. 9–32.

Heft H. Environment, cognition, and culture: Reconsidering the cognitive map // Journal of environmental psychology. 2013. Vol. 33. P. 14–25. https://www.doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.09.002.

Moore G. T., Golledge R. G. Environmental Knowing: Concepts and Theories' // Environmental Knowing. Stroudsberg, PA : Dowden, Hutchinson and Ross, 1976. P. 3–24.

Moore G. T. Knowing about environmental knowing: The current state of theory and research on environmental cognition // Environment and behavior. 1979. Vol. 11. № 1. P. 33–70. https://www.doi.org/10.1177/0013916579111002.

Soja E. W. The socio-spatial dialectic // Annals of the Association of American geographers. 1980. Vol. 70. № 2. P. 207–225. https://www.doi.org/10.1111/j.1467-8306.1980.tb01308.x.

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

Soja E. W. Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places. Cambridge, Mass : Blackwell, 1996. 348 p.

References

Gibson, J. (1988). *Ekologicheskij podhod k zritel'nomu vospriyatiyu* [The Ecological Approach to Visual Perception]. Moscow: Progress. 464 p. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2024). Osvoenie memorativnogo landshafta kak kommunikativnaya praktika (na primere istoriko-arheologicheskogo muzeya «Arkaim») [Development of the memorial landscape as a communicative practice (on the example of the historical and archaeological museum "Arkaim")]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya,* 1 (51)*,* 88–96. https://www.doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-88-96 (In Russ.).

Adams, P. C. & Warf, B. (ed.). (2022). *Routledge handbook of media geographies*. London, New York: Routledge. 286 p. https://www.doi.org/10.4324/9781003039068.

Burgess, J. & Gold, J. R. (2015). Introduction: Place, the Media and Popular Culture. *Geography, the media and popular culture*. Routledge, 1–32. https://www.doi.org/10.4324/9781315659343.

Galloway, A. R. (2012). *The Interface Effect*. Cambridge: Polity Press. 182 p.

Guattari, F. (2012). *Schizoanalytic Cartographies*. New York: A&C Black. 321 p.

Heft, H. (2010). Affordances and the perception of landscape. *Innovative approaches to researching landscape and health*, 9–32.

Heft, H. (2013). Environment, cognition, and culture: Reconsidering the cognitive map. *Journal of environmental psychology*, vol. 33, 14–25. https://www.doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.09.002.

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

Moore, G. T. (1979). Knowing about environmental knowing: The current state of theory and research on environmental cognition. *Environment and behavior,* 1*,* vol. 11, 33–70. https://www.doi.org/10.1177/0013916579111002.

Soja, E. W. (1980). The socio-spatial dialectic. *Annals of the Association of American geographers, 2,* vol. 70, 207–225. https://www.doi.org/10.1111/j.1467-8306.1980.tb01308.x.

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

Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Cambridge, Mass.: Blackwell. 348 p.

Информация об авторе

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

Information about the author

A. R. Medvedeva – Candidate of Philological Sciences, Senior Researcher at the Department of Media Theory

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

Статья поступила в редакцию 10.11.2024; одобрена после рецензирования 12.01.2025; принята к публикации 25.02.2025.
The article was submitted 10.11.2024; approved after reviewing 12.01.2025; accepted for publication 25.02.2025.