

МУЗЕЙНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ И АНТРОПОЛОГИЯ КУЛЬТУРНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ

УДК 069.01

DOI: 10.33876/2311-0546/2023-2/35-53

Научная статья

© А. К. Белолуцкая, И. С. Криштофик, Г. Г. Гурин, А. В. Головина,
И. А. Гринько, Т. В. Щербакова, Н. Г. Жабина

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ МУЗЕЙНОЙ ПЕДАГОГИКИ И КОММУНИКАЦИИ: АКТУАЛИЗАЦИЯ РЕФЛЕКСИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Исследования коммуникативных практик в музейном пространстве в настоящий момент получают все большее распространение. Во многом это связано с тем, что многие экспозиции переосмысляются в соответствии с принципами организации партиципаторного музея, которые предполагают активное вовлечение посетителя и выстраивание с ним прямого диалога. Принципиально важным при этом становится факт транзакции музейного нарратива и донесение его ценности, что возможно только в том случае, если музейная экспозиция способна запустить механизм рефлексии посетителя. В основу настоящей работы положено два предположения: 1) в процессе параметрического анализа экспозиции может быть выделена и описана специфическая группа приемов музейной коммуникации, направленная на актуализацию рефлексии посетителей; 2) приемы построения музейной экспозиции, направленные на запуск рефлексивного осмысления содержания, представлены в меньшей степени, по сравнению с приемами, апеллирующими к другим когнитивным процессам (например, памяти или воображению).

Объект исследования: экспозиции музеев Москвы. Предмет: практики и приемы построения экспозиции, актуализирующие рефлексию посетителей.

По результатам анализа можно зафиксировать, что московские музеи в целом довольно успешно внедряют в работу различные коммуникативные практики. Однако чаще всего они направлены на повышение эмоционального отклика посетителя, лучшее запоминание информации или развитие вообра-

Белолуцкая Анастасия Кирилловна — к. псих. н., зав. лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: beloluckayaak@mgpu.ru Researcher ID: ACB-2589-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8184-7411>

Головина Анна Владимировна — специалист лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: golovinaav@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2727-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0310-1128>

жения. Сложные по своей организации практики актуализации рефлексии, задействующие критическое мышление, используются реже, чем более привычные и прижившиеся в России формы взаимодействия. Это может говорить, с одной стороны, о низкой осведомленности авторов экспозиции об успешном применении практик и приемов такого типа, с другой стороны — о сложности их имплементации, которая требует реорганизации выставки, а также обучения музейных работников и экскурсоводов новым способам работы.

Ключевые слова: образовательные инновации, критическое мышление, рефлексия, музейное проектирование, музейная педагогика, экспозиция, музейная коммуникация

Ссылка при цитировании: Белолуцкая А. К., Криштофик И. С., Гурин Г. Г., Головина А. В., Гринько И. А., Щербакова Т. В., Жабина Н. Г. Современные вызовы музейной педагогики и коммуникации: актуализация рефлексии посетителей // Вестник антропологии. 2023. № 2. С. 35–53.

Гринько Иван Александрович — д. и. н., старший научный сотрудник лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: grinkoi@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2730-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1594-0244>

Гурин Григорий Геннадьевич — эксперт лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: guringg@mgpu.ru Researcher ID: CAF-7430-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4070-4905>

Жабина Наталья Геннадьевна — эксперт лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: zhabinanatalya@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0905-7524>

Криштофик Ирина Сергеевна — к. пед. н., доцент, ведущий научный сотрудник лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: krishtofik@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5636-8347>

Щербакова Татьяна Владимировна — к. и. н., старший научный сотрудник лаб. оценки профессиональных компетенций и развития взрослых НИИ урбанистики и глобального образования, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Российская Федерация, 129226 Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4). Эл. почта: Sherbakovatv@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2485-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4556-5550>

UDC 069.01

DOI: 10.33876/2311-0546/2023-2/35-53

Original article

© *Anastasia Belolutskaya, Irina Krishtofik, Grigory Gurin, Anna Golovina, Ivan Grinko, Tatyana Shcherbakova and Natalya Zhabina*

THE CHALLENGES OF MUSEUM COMMUNICATION: ACTUALIZING VISITOR REFLECTION

The studies of communicative practices in the museum are increasingly widespread. This is largely due to the fact that many exhibitions are reinterpreted in accordance with the principles of the participatory museum, which implies active involvement of the visitor and engaging in a direct dialogue with them. The transaction of the museum narrative and communicating its value becomes fundamentally important, which requires the museum exposition to start the mechanism of visitor's reflection. This paper is based on two assumptions: 1) a specific group of museum communication techniques aimed at actualization of visitors' reflection can be identified and described by the means of a parametric analysis of the exposition; 2) the techniques used to build a museum exposition more often aim to appeal to visitors' memory or imagination rather than to trigger reflexive comprehension of the content. The research studies expositions of Moscow museums in order to identify and analyze the practices and techniques of the exposition construction that aim to actualize visitors' reflection. The results demonstrate that Moscow museums in general introduce various communicative practices quite successfully. However, most often they aim to provoke the visitor's emotional response, improve memorization or to develop their imagination. The practices of actualizing reflection, which are complex in their organization and involve critical thinking, are used less often than the more habitual forms of interaction in Russia. This could indicate, on the one hand, the low awareness of the exposition authors about the successful application of practices and techniques of this type, or, on the other hand, the difficulty of their implementation, which requires the reorganization of the exhibition as well as extra training of museum workers and tour guides.

Keywords: *educational innovations, critical thinking, reflection, museum design, museum pedagogy, museum exposition, soft skills*

Authors Info: **Belolutskaya, Anastasia K.** — Ph.D. in Psychology, Head of the Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development, Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: beloluckayaak@mgpu.ru Researcher ID: ACB-2589-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8184-7411>

Golovina, Anna V. — Specialist of the Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: golovinaav@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2727-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0310-1128>

Grinko, Ivan A. — Doctor of Hist., Senior Research Fellow, Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development, Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: grinkoi@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2730-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1594-0244>

Gurin, Grigory G. — Expert of the Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development of the Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: guringg@mgpu.ru Researcher ID: CAF-7430-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4070-4905>

Krishtofik, Irina S. — Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Leading Research Fellow in the Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: krishtofik@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5636-8347>

Zhabina, Natalya G. — Expert of the Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development of the Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: zhabinanatalya@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0905-7524>

Shcherbakova, Tatyana V. — Ph.D. in Hist., Senior Research Fellow, Laboratory for Assessment of Professional Competences and Adult Development, Research Institute of Urban Studies and Global Education, State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow City University” (Moscow, Russian Federation). E-mail: Shcherbakovatv@mgpu.ru Researcher ID: GNH-2485-2022 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4556-5550>

For citation: Belolutskaya, A. K., I. S. Krishtofik, G. G. Gurin, A. V. Golovina, I. A. Grinko, T. V. Shcherbakova and N. G. Zhabina. 2023. The Challenges of Museum Communication: Actualizing Visitor Reflection. *Herald of Anthropology (Vestnik Antropologii)*. 2: 35–53.

За последние десятилетия образ музея в общественном сознании и его функции значительно изменились (Ван Мени, Мейер-ван Мени 2021). Например, один из новых вариантов его определения, который обсуждает в последнее время профессиональное сообщество, теперь звучит следующим образом: «Музеи являются демократизирующими, инклюзивными и полифоническими пространствами для критического диалога о прошлом и будущем» (ИКОМ).

Итоговый вариант, который Международный совет музеев (ICOM) вынес на суд профессионального сообщества выглядит следующим образом: «Музей — это постоянно действующая некоммерческая институция, доступная для публики и служащая обществу. Она исследует, собирает, сохраняет, интерпретирует и экспонирует материальное и нематериальное культурное и природное наследие профессионально, этично и устойчиво для образования, осмысления и наслажде-

ния». При этом необходимо отметить, что в английском оригинале для обозначения ключевых задач музея был использован именно термин «рефлексия»: «for education, reflection and enjoyment» (ИКОМ).

Мы видим, таким образом, что коммуникация, которая и раньше рассматривалась как одна из основ музейной деятельности (Гнедовский 1989; Сапанжа 2009: 242–254), теперь и вовсе выходит на передний план. Это имеет несколько объективных причин. Появляется запрос к музею на формирование разнообразных идентичностей (Савоскул 2011: 83–89; Гринько, Шевцова 2015; Шнирельман 2010: 8–25): социальных, географических, культурных. Данная задача расширяет музейную аудиторию и требует работы с самыми разнообразными сообществами (Labadi 2017). Очевидно, этот вызов на порядок усложняет коммуникативные задачи музеев, которые вынуждены прибегать к интерпретации наследия (Гринько, Шевцова 2021: 12–17) и использованию множественных исторических нарративов (Гринько 2017: 58–64). Работа с социальной памятью и множественными нарративами приводит музеи к необходимости работы с «трудным» или «диссонантным» наследием (Чепайтене 2016: 149–161; Kisić 2016), которая по определению невозможна без качественной коммуникации. Меняется и отношение к задачам музейной педагогики. Например, одним из результатов образовательного процесса стала считаться радость, которую испытывает обучающийся (Голдинг 2010: 89–98).

Однако самое главное заключается в том, что роль и функцию музея как института, особенно в таком мегаполисе, как Москва, нельзя рассматривать вне контекста изменения общих представлений о жизни людей в городе. На смену прежним представлениям о городе как о производственном комбинате приходит новое представление о нем как о «машине коммуникации» (К. Дойч). Эффективность города при этом определяется количеством и качеством контактов, которые он способен предложить. В этом контексте музей, как и многие другие институты (например, школа и библиотека), в эпоху информационного общества больше не могут себе позволить претендовать на сакральный статус «храма» культуры, оставаясь при этом дорогостоящей «камерой хранения» артефактов. На текущем этапе развития человечества социальный или культурный институт ценен качеством и количеством новых смыслов, которые он производит, причем последние должны быть в движении для общества в целом и качественно изменяться и преумножаться через рефлекссию посетителей. Соответственно, как один из компонентов коммуникационной среды города музей принимает на себя новые во многом несвойственные ему ранее функции.

В связи с вышесказанным, ключевым компонентом музейной деятельности сегодня становится транзакция (Wood, Latham 2013; Latham, Simmons 2014; Tishman et al. 2007), однако она возможна при соблюдении ряда условий: наличие четко сформулированного послания от музея; адекватность и эффективность инструментов его передачи (Менш Ван 2014: 254–272; Blunden 2020: 45–71); готовность посетителя принять, отрефлексировать и разделить данное высказывание.

Музейная коммуникация

Для налаживания диалога музея с посетителем обеим сторонам нужно сделать шаг навстречу друг другу. Со стороны посетителя это принятие некоторых условностей, созданных музеем: предварительная интеллектуальная подготовка для просмотра экспозиции, умение «читать» историю в специфической подаче — через

предметы; понимание необходимости соблюдения музейных правил. Так, со стороны преподавателя ожидается готовность работать с собственным критическим мышлением и желание развивать рефлексию учащихся, а также работа с собственными профессиональными дефицитами в сфере использования инструментов среды для создания образовательных ситуаций (Белолуцкая, Криштофик, Мкртчян 2022; Белолуцкая, Мкртчян, Щербакова 2022). Со стороны музея шаг навстречу посетителю связан, прежде всего, с пониманием своего предназначения, миссии и функций, а также с имплементацией практик коммуникации и рефлексивного порождения культурных смыслов.

Размышляя об искусстве как форме публичности, Р. Уильямс выделил 4 способа коммуникативных практик, которые исторически формировались вслед за эволюционным развитием: авторитарный, патерналистский, коммерческий и демократический (Williams 1989: 19–31), основные характеристики которых отражены в *таблице 1*.

Таблица 1.

Способы коммуникации в пространстве искусства
(по Р. Уильямсу)

Способ коммуникации	Система ценностей и смыслов	Субъект контроля	Роль общественности
Авторитарный (принципиально «злой» способ общения (Р. Уильямс))	Единый способ видения мира, диктуемый гос. идеологией; один набор жестких ценностей правящего меньшинства	Государство жестко контролирует институты коммуникации	Ни один человек или группа не имеет права создавать свою собственную систему связей. Посетители (зрители) должны слушать молча, воспринимать некритично
Патерналистский (вариант «совестливой авторитарной» коммуникации)	Ценности правящей группы; избранные эксперты и художественные комиссии, определяют «лучшие» достижения искусства, которые необходимо донести до широкой общественности	Контроль со стороны власти в форме «мягкого давления» посредством ангажированного экспертного сообщества	Общественность должна принимать «подарки» от власти: т. к. жизнь широкой публики, лишенной возможности соприкоснуться с высокой культурой, выигрывает от присутствия искусства в пространстве повседневной жизни
Коммерческий (вызов господству немногих над многими)	Свободный рынок как основа для обеспечения необходимой свободы для всех создавать и воспринимать (читать/ слушать/ смотреть) то, что нравится. Преобладание функционализма над эстетикой.	Контроль, основанный на критериях прибыльности, консолидируется и распределяется между небольшим числом заинтересованных лиц или групп.	Художники (и другие представители креативных индустрий) а также спонсирующее их государственное или коммерческое учреждение «лучше знают, что хорошо для общества», их творчество учитывает корпоративные интересы (и это может сопровождаться социальными конфликтами)

Способ коммуникации	Система ценностей и смыслов	Субъект контроля	Роль общественности
Демократический («культура соучастия»)	Арт-объекты в открытом пространстве функционируют как искусство, «принадлежащее народу». Поскольку произведение искусства создавалось в непосредственном взаимодействии, даже сотрудничестве, с субъектами, «содержание» такого объекта публичного искусства представляется идентичным его «аудитории».	Децентрализованный общественный контроль противостоит как коммерциализму, так и государственному контролю.	Максимизируется индивидуальное участие; появляется возможность независимым группам определять способы выражения и коммуникации, а также средства их распространения.

Отметим, что на сегодняшний день в музейном пространстве Москвы представлены все четыре описанных типа коммуникации с явным преобладанием второго — патерналистского. Однако стоит отметить, что тенденция последних десятилетий заключалась как раз в разнообразии используемых способов коммуникации в общем городском пространстве, не только в музеях. В жанре современного искусства можно встретить иногда сугубо коммерческие проекты с соответствующим способом музейной транзакции, а, например, в сфере исследования диссонантного наследия представлены довольно сильные площадки с демократическим способом трансляции и порождения смыслов.

Интерактивность и принцип соучастия

Исследования коммуникативных практик в музейном пространстве в настоящий момент получают все большее распространение. В значительной степени это связано с тем, что многие экспозиции переосмысляются в соответствии с принципами организации партиципаторного музея, которые предполагают активное вовлечение посетителя и выстраивание с ним прямого диалога (Короткова 2020: 97–102). Важную роль в формировании такого характера взаимоотношений играет само пространство экспозиции и различные практики и приемы, стимулирующие, как интеллектуальный, так и эмоциональный отклик человека. Однако эффективность такого воздействия не всегда оказывается очевидна, что вынуждает исследователей специально анализировать результаты применения тех или иных инструментов: разрабатываются отдельные метрики и шкалы (Dorph et al. 2019: 1–17), а также используются данные видеокамер (например, для фиксации траекторий перемещения посетителей (Lehn et al. 2016: 189; Максимова 2017; Lefebvre, Rueda 2018: 192–198) или eye trackers, фиксирующие траекторию движения взгляда (Ахтамзян, Ахтамзян 2019: 303–309). В статье Н. Хэйвуд и П. Кэрнс отмечается, что возможность выстраивать собственный нарратив об экспозиции сразу после посещения стимулирует более вдумчивое осмысление артефактов (Haywood, Cairns 2005: 113–129). Тогда как использование мультимедийных технологий (гайдов) при посещении музея этого не гарантирует,

хотя приводит к повышению вовлеченности посетителей разных возрастов (*Othman et al. 2011: 93*).

В общем виде можно рассматривать два типа коммуникации в музее: *монологовическая* (трансляция) и *диалогическая* (интеракция). Понятие интерактивности пришло в музей из мира информационных технологий. По своему базовому смыслу интерактивность — это такое взаимодействие пользователя с системой, при котором система откликается на действия пользователя, предлагая содержательную обратную связь. В музее под интерактивностью принято понимать диалогичные отношения посетителя с экспозицией, создание особой среды, с которой посетитель может вступать в непосредственное взаимодействие (*Аганова 2012: 8–20*).

Виды интерактивности в музее:

- взаимодействие посетителей с экспозицией;
- взаимодействие посетителей с авторами экспозиций;
- взаимодействие посетителей с посетителями.

Два последних вида интерактивности соответствуют «культуре соучастия». Базовое определение participation (UNICEF): «У людей есть свободное право включаться в социальные и культурные процессы и содействовать развитию, они делают это добровольно, деятельно и с полным пониманием происходящего». Соответственно, participatory museum — музей, который основывает свою деятельность на содержательно существенном участии посетителей, местного сообщества, партнеров. Сегодня культура соучастия становится и основной зоной развития музея как института, и своего рода интеллектуальной модой. Ее стремительный взлет связан с бумом новых социальных интернет-технологий: возникновением множества ресурсов, которые развиваются за счет пользователей, инвестирующих в них свое время, внимание, знания, умения и чувства. Исходя из сказанного сравним три вида коммуникации в музее: трансляция культуры; интерактивное пространство, соучаствующая коммуникация, особенности которых представлены в *таблице 2*.

Таблица 2.

Сравнение видов коммуникации в музее.

Основные характеристики видов музейной коммуникации	Трансляция (монологическая коммуникация)	Интерактивное пространство	Соучаствующая коммуникация
Задача музея	Презентации коллекций «Что можно <i>интересно</i> показать посетителям?».	Исследование подлинного интереса и потребностей аудитории	Исследование: «Что именно в коллекции музея может войти в резонанс с жизненными интересами сообщества и как достичь живого диалога с современностью».
Основная стратегия	«приобщения» к культуре прошлого через <i>память</i> .	вовлечение посетителей в активную познавательную деятельность через взаимодействие с предметами выставки	обмен смыслами и совместное участие в их порождении. Музей развивается <i>вместе с посетителями</i> .

Основные характеристики видов музейной коммуникации	Трансляция (монологическая коммуникация)	Интерактивное пространство	Соучаствующая коммуникация
Характер экспозиции	статичный	интерактивный, с учетом мотивации, психологических потребностей, познавательных стратегий посетителя.	моделируемый и изменяемый в месте с посетителями в зависимости от их целей и особенностей
Задействованные каналы восприятия посетителей и когнитивные процессы	зрение и слух; память	кинестетический — «думающее тело» человека (через освоение пространства); мышление	социальное «тело» человека — коммуникативные потребности, желание быть услышанным и включенным, стремление приносить пользу, жажда познания, рефлексия собственного опыта и проблем общественной жизни.
Результат посещения музея	локализован внутри музея — это число посетителей, увидевших презентацию коллекции	локализован «внутри» посетителя — это приращение его знаний и навыков, или просто удовольствие.	локализован между людьми — это увеличение количества связей или развитие качества связей, новые формы коммуникации, новое понимание общности, возможностей выходить за свои собственные границы, взаимодействовать, со-участвовать...

Обращаясь к анализу международного и отечественного опыта, можно описать несколько примеров использования различных видов музейной коммуникации. Так, адаптация пространства для развития воображения неоднократно становилась предметом интереса для кураторов экспозиций. Все большее значение для разработки практик в этом направлении становится объектно-ориентированный дискурс, основанный на убежденности в том, что каждый посетитель привносит в экспозицию свой равноправный голос во время посещения: интерпретирует ее с учетом собственного опыта и предшествующих знаний (*Achiam 2016: 90*). Развитие воображения происходит благодаря обогащению смыслового универсума, созданного посетителем вокруг экспонируемых объектов: репродуктивный компонент, активизирует построение взаимосвязей между наблюдаемым и уже известным, а творческий компонент способствует формированию предположений, причинно-следственных связей (*Dufresne-Tass et al. 2006: 160–176*). К примеру, в естественно-научных музеях достаточно часто прибегают к созданию диорам или выставочных залов с чучелами, как в Музее естествознания Копенгагена (*Natural History Museum of Denmark*). В иных случаях музеи составляют авторские образовательные программы, связанные с темой экспозиции, предполагающие использование игр, физических активностей, песен и творческих заданий для достижения образовательного результата. При этом, практики могут внедряться и в детских музеях, так как развитие мышления возможно в любом возрасте (*Belolutskaia et al. 2022*) Так, Детский музей Манхэттена проводит программу «EatPlayGrow» для детей 2–5 лет, которая помогает привить им знания о правильном питании через шарады и эксперименты (*How Children's*

Museums...). Отчасти практики развития воображения находят отражение и в экспозициях московских музейных пространств. Репрезентативным примером может служить программы, реализуемые в усадьбе Люблино. Посетители дворца Дурасова имеют возможность в рамках театрализованной экскурсии поучаствовать в шалостях дворянской России и представить себя в роли знатного вельможи.

Также используемые коммуникативные практики призваны вызвать большой эмоциональный отклик посетителя. Для того, чтобы соответствовать партиципаторным принципам, музеи должны стремиться почувствовать «настроение» своей аудитории, что соответствует глобальным трендам помещения эмоций и эмпатии в центр внимания в массовой культуре (*Scappini 2011: 8*). Яркий пример влияния музея на эмоциональное состояние посетителя можно заметить в популярном сериале «Sense8», где один из главных героев, увидев фреску «Человек на распутье» в Музее Диего Риверы в Мехико, начинает размышлять о своем прошлом¹. Повышение эмоционального отклика может происходить с помощью особой организации экспозиции и выстраивания контекста. К примеру, в Историческом музее Боснии и Герцеговины в залах, посвященных осаде Сараева (1992–1995 гг.), музейные экспонаты рассказывают истории своих владельцев голосами реальных жителей города, переживших эту трагедию (“Sarajevo under Siege” exhibition). В совершенно иной по тематике экспозиции, в Музее разбитых отношений Загреба (Museum of Broken Relationships), материальные объекты также становятся «ключом» к истории из жизни: отдельные предметы, которые может направить в музей любой человек, рассказывают о межличностных отношениях и причинах расставания, передавая эмоции владельца (Collections). Все больше для эмоционального вовлечения используются и современные технологии. Так, в Рижском Мотормузее (Riga Motor Museum) посетители участвуют в нескольких интерактивных мероприятиях, где автомобиль и его история становится метафорой для разговора. Зритель может отправиться в виртуальное путешествие в 1970-е годы или представить себя за рулем легендарной машины Rolls-Royce Silver Shadow (About Riga Motor Museum). В Москве литературно-исторический музей В. С. Высоцкого предлагает посетителям не только осмотр экспозиции, посвященной жизненному пути актера, поэта и певца, но различные тематические выставки, концертные и театральные постановки. Разнообразие программ вкупе с высоким уровнем использования интерактивных технологий позволяет реализовывать несколько видов практик повышения эмоционального отклика. Вместе с творчеством Высоцкого посетитель знакомится с историей быта советских людей. Например, в рамках процесса взаимодействия с экспозицией музейного пространства заложена возможность завести катушечный магнитофон, посидеть под электросушилкой или отстоять очередь у телефона-автомата. Подобное взаимодействие с музейным пространством позволяет посетителям представить себя на месте современников Высоцкого, ощутить себя причастными к событиям истории СССР. И, конечно же, музеи стремятся не только завлечь посетителя, но и заставить его задуматься о сложных проблемах. Для этого в различные экспозиции внедряются практики, способствующие развитию критического мышления и активизации рефлексии. К примеру, в Наци-

¹ Sense8 — это драматический сериал о людях, связанных психически и способных переживать чувства друг друга. Создан для Netflix Ланой и Лилли Вачовски, продюсерами трилогии «Матрица». Указанная сцена содержится в 9 эпизоде 1 сезона.

ональном музее Армии (Лондон) посетители могут «проголосовать» за /против необходимости проходить службу в войсках и оставить обратную связь о посещении экспозиции, ответив на конкретные вопросы («Что вы думаете о солдатах и их службе? Слышали ли вы какую-то историю об этом, которая повлияла бы на вас?»). В иных случаях музейное пространство активно использует природу конфликта для освещения сложных и спорных тем. В архитектурных проектах Даниэля Либескинда само здание музея становится ярким примером выражения конфликта и противоречия (Шевцова, Гринько 2017: 71). В менее масштабных проектах, пространством для демонстрации противоречия становится сам выставочный зал. Так, в Музее армии в Риге, экспозиция, посвященная Второй мировой войне, разбита на две равнозначные части, что демонстрирует то, как РККА противостоит латышскому легиону СС (Шевцова, Гринько 2017: 71). Современные технологии также способствуют актуализации рефлексии при правильной организации музейного пространства. В Музее свободы и оккупаций в Таллине посетитель может принять участие в электронной ролевой игре, позволяющий ему выбрать ту или иную модель поведения в различных ситуациях, прототипами для которых стали реальные жизненные истории из прошлого (Коллекции). Другим удачным примером одновременной реализации нескольких практик актуализации рефлексии может служить интерактивная экспозиция Государственного Дарвиновского музея. Организация пространства в виде лабиринта с самого начала ставит посетителя в позицию исследователя. Важную роль в процессе коммуникации с музейным пространством играет тетрадь-путеводитель, получаемая на входе. Авторами экспозиции заложена возможность пройти интерактивную экспозицию «Пройди путем эволюции» несколькими маршрутами. На рубежных точках посетитель сам выбирает дальнейшее направление движения. А видеопрезентация, посвященная существующим гипотезам вымирания динозавров, провоцирует посетителя сформулировать предположения, причинно-следственные связи и в конечном итоге самостоятельно прийти к выводу, какая из гипотез более убедительна. Общая атмосфера таинственности, необычность обстановки, разнообразие визуальных и звуковых эффектов, а также исследовательский тип деятельности неизбежно вызывают как эмоциональный отклик, так и размышления у посетителей.

Таким образом, мы видим, что в международном и отечественном опыте музеи активно используют различные коммуникативные практики, стремясь как вовлечь посетителя, так и заставить его по-новому осмыслить прошлый и актуальный опыт. Разнообразие этих практик показывает наличие устойчивой тенденции к развитию и реализации принципов партиципаторного музея и переориентации внимания с хранившихся объектов экспозиции на переживания самого посетителя.

Дизайн исследования

В процессе исследования были проанализированы 38 музеев города Москвы литературного, естественно-научного, исторического и художественного профилей. Для полноты картины в выборку были включены музеи разного типа подчинения (федеральные, региональные, ведомственные и частные), с разными возможностями по приему посетителей (размещенные в специально построенных зданиях, в приспособленных помещениях, в объектах культурного наследия).

Анализ проводили магистранты Московского городского педагогического университета после прохождения соответствующего инструктажа. Инструктаж представлял из себя видеозапись, где объяснялась основная цель (узнать, какие практики актуализации рефлексии посетителей применяются в музеях г. Москвы), что такое практики актуализации рефлексии, их основные отличия от других интерактивных элементов экспозиции, а также алгоритмы работы и предоставления результатов.

Далее магистранты посещали музеи и фиксировали практики музейной коммуникации, в том числе направленные на актуализацию рефлексии (фото, видео). После посещения музея необходимо было заполнить анкету и ответить на вопросы:

1. Описать компоненты экспозиции с точки зрения их работы на информирование, развлечение или актуализацию рефлексии посетителей;
2. Описать способы актуализации рефлексии, использующиеся в экспозиции;
3. Ответить на вопросы: Повлияло ли посещение музея на ваши представления о современной действительности? Если да то, как? Если нет, то почему?
4. Сформулировать в одном предложении основное послание, которое несет экспозиция. С какой идеей выйдет посетитель?

Также был разработан чек-лист, содержащий описание практик и экспозиционных приемов актуализации рефлексии посетителей.

Характеристики практик и приемов актуализации рефлексии в музее

С учетом того, что рефлексивные практики все еще встречаются в музеях довольно редко, их типология вызывает объективные трудности. С одной стороны, подобные практики можно разделить по типу выбранного канала коммуникации на:

- 1) Текстовые (вопросы в текстовом виде, включенные в дизайн экспозиции, этикетаж, экспликации, сопроводительные материалы, путеводители, в том числе электронные, системы AR);
- 2) Мультисенсорные (где рефлексия должна быть спровоцирована воздействием на органы чувств, при помощи звуковых, ольфакторных, тактильных или интерактивных элементов);
- 3) Структурные (где рефлексия в первую очередь провоцируется за счет окружающего пространства: архитектура и структура экспозиции, расположение экспонатов, цветовые сочетания в дизайне);
- 4) Вербальные (триггером к рефлексии выступает коммуникация с сотрудником музея, аудио материалы, запись интервью и т. д.);
- 5) Художественные (рефлексия провоцируется специальным арт-объектом, интегрированным в экспозицию).

С другой стороны, подобные практики можно разделить на два базовых типа по виду воздействия на посетителя:

- 1) Прямые, когда посетителя напрямую провоцируют задействовать рефлекссию, найти ответ на вопрос;
- 2) Косвенные, когда включение посетителя зависит от его желания и личного бэкграунда.

С нашей точки зрения, наибольший интерес представляет собой психологический подход к описанию существенных характеристик экспозиционных практик и приемов, актуализирующих рефлекссию. Опыт анализа 38 московских музеев с этой точки зрения позволяет нам составить некоторый список важных позиций, объединенных в несколько крупных блоков:

1. Персонализация. В экспозиции используются высказывания от первого лица, есть личные истории; есть примеры, когда экспонаты или другие элементы экспозиции способствуют тому, чтобы у посетителя сформировалась личная позиция по отношению к сложной проблеме.
2. Обращение и диалогичность. Есть примеры, когда какой-то компонент экспозиции прямо обращается к посетителю. Например, в подписях используются повелительные формы глаголов: попробуйте, сделайте, подумайте, дотроньтесь и прочее.
3. Вопрошание. В экспозиции посетителю задаются открытые вопросы открытого типа, требующие развернутого рассуждения; посетитель погружается в исследовательскую деятельность, может высказывать свои предположения, формулировать гипотезы.
4. Создание проблемной ситуации. Есть примеры, когда экспонаты сконструированы таким образом, чтобы проблематизировать тему, вызвать размышление о неоднозначности какого-то явления. Есть попытка представить разносторонний взгляд на проблему; имеет место предъявление противоречия, оперирование противоположностями.
5. Проявление неочевидного. Есть примеры, когда экспонаты или другие элементы экспозиции способствуют тому, чтобы вскрыть (продемонстрировать в любой форме) посетителю неочевидные в том числе причинно-следственные связи. Например, на большой стене предпосылки исторических событий и их следствия соединены нитями разного цвета и т. п.
6. Дискуссионность, конфликтность. Есть случаи, когда рядом друг с другом (например, на одной и той же витрине или стене) используются экспонаты из разных знаковых систем, которые содержательно дополняют друг друга, но заставляют посмотреть на тему с разных сторон. Например, официальные документы с цифрами и рисунки; фото и карты; личные вещи и арт-объекты; есть пространства (витрины, стены), где экспонаты вступают друг с другом в диалог, «комментируют» друг друга (например, личные вещи заключенных, сделанные ими арт-объекты и газетные вырезки того времени).
7. Символизация. В экспозиции есть примеры, когда какой-то предмет (например, стена или красная линия, или порог, который переступает посетитель) является символом чего-то значимого для обсуждаемой темы.

Анализируя полученные данные после сбора анкет по результатам посещения музейных экспозиций, можно прийти к нескольким выводам. Студенты сообщали о присутствии различных коммуникативных практик в музейном пространстве: сопроводительных комментариев к экспонатам, маршрутных карт, аудиогидов, пространства для оставления обратной связи, специфического аудио-сопровождения, интерактивных элементов, специального освещения, инфографики. Отдельной формой коммуникации и выстраивания диалога с посетителем могла стать и организация самого пространства выставки, т. е. размещение залов или отдельных элементов экспозиции. Однако чаще всего данные практики выполняют узкую утилитарную функцию — сообщают посетителю какую-то информацию по теме музея, но не способствуют реальному его вовлечению.

Если у используемого приема есть специфическое воздействие, то чаще всего оно связано с воздействием на эмоциональный отклик посетителя или его воображение (20 и 18 музеев соответственно). Такое частое использование этих инструментов может быть связано, например, с тем, что они помогают зрителю получить запоминающийся яркий опыт, который сформирует у них положительное впечатление о музее. Достаточно часто в качестве практики стимулирования воображения/эмоционального отклика использовались способы организации пространства, позволяющие человеку «ощутить себя» в другой эпохе: «обустроен максимально подробно для погружения в дворянскую обыденность XIX века», «предметы интерьера и мебели расставлены таким образом, чтобы поместить человека в атмосферу XVIII века», «наталкивает на мысль о том, что вот-вот этот кузнец или гончар оживёт, и закипит деятельность в его мастерской» и т. д. Намного реже, лишь в 10 случаях, музеи предлагали посетителям создать собственный творческий продукт, что, возможно, связано со сложностью организации подобной активности в рамках экспозиции, так как она требует постоянного участия персонала в помощи посетителем и наблюдении за их поведением во время создания продукта.

Существенно реже в музеях были представлены практики, способствующие активизации рефлексии и критического мышления. Так, респонденты отмечали, что задуматься о чем-либо или организовать самостоятельный поиск информации посетителей чаще всего заставляла организация пространства, на втором месте оказываются сопроводительные комментарии, на третьем — инфографика. Самым редким способом актуализации рефлексии становится организация конфликта/противоречия, хотя этот способ позволяет развивать критическое мышление и очевидно подталкивать посетителя к размышлениям о предмете выставки. Такой пример используется в пяти музеях: Музее истории ГУЛАГа, Музее Победы, Музее Русского Зарубежья, Музее Владимира Высоцкого, Третьяковской галереи. Также в музеях редко используется прямое обращение к посетителю и наглядная демонстрация причинно-следственных связей тех или иных событий. Чаще всего из перечня, указанного выше, в экспозиции используются повествования от первого лица и витрины, подразумевающие наличие диалога между экспонатами.

Таким образом, по результатам анализа анкет можно утверждать, что московские музеи достаточно часто используют различные коммуникативные практики. Чаще всего они направлены на повышение эмоционального отклика посетителя или развитие его воображения. Сложные по своей организации практики актуализации рефлексии, задействующие критическое мышление, используются реже, чем более при-

вычные и прижившиеся в России формы взаимодействия. Низкое внимание к иным практикам может говорить, с одной стороны, о малой осведомленности авторов экспозиции об успешном применении данных практик в мире, с другой стороны — о сложности их включения в музейное пространство, которое требует реорганизации выставки и обучения музейных работников и экскурсоводов правилам взаимодействия с данными практиками.

К факторам, осложняющим имплементацию таких приемов в широкую практику музейной коммуникации, можно отнести отсутствие артикулированного в явной форме запроса со стороны целевой аудитории и дефицит целеполагания со стороны музейной сферы. Следует отметить, что в образовательных музейных программах (экскурсиях, лекциях, квестах) могут быть компоненты, направленные на формирование критического мышления посетителей, однако подчеркнем, что экспозиция остается главным уникальным инструментом музейной коммуникации (Поляков 2019) по массовости воздействия существенно превышающим любые образовательные программы музея. Следует отметить, что сохранение за музейным посетителем пассивной роли получателя информации в конечном итоге сильно затрудняет реализацию просветительской и гражданской миссий музея: коммуникация затрудняется, обедняется, искажается. Позитивно повлиять на ситуацию, с нашей точки зрения, могло бы появление в профессиональном сообществе и широкое использование специально разработанного инструментария оценки качества музейной экспозиции в плане специфики воздействия на посетителя, в том числе его мышления, осмысления сложных тем, постановки исследовательских вопросов. Приведенный в настоящей работе подход к исследованию способов музейной коммуникации в перспективе может стать основой для появления пакета инструментов оценки музейной среды и образовательных программ.

Источники и материалы

- ИКОМ — Официальный сайт Международного совета музеев (ИКОМ). [Электронный ресурс] <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (дата обращения: 10.02.2022)
- Коллекции — Коллекции // Vabamu. [Электронный ресурс] <https://vabamu.ee/kollekcii> (дата обращения: 10.02.2022)
- About Riga Motor Museum — About Riga Motor Museum // Riga Motor Museum. [Электронный ресурс] <http://www.motormuzejs.lv/index.php/en/about1> (дата обращения: 10.02.2022)
- Collections — Collections//Museum of Broken relationships. [Электронный ресурс] <https://brokenships.com/explore>. (дата обращения: 10.02.2022)
- How Children’s Museums... — How Children’s Museums are Fostering Imagination, Learning, and Creativity at Home // Institute of Museum and Library Services. [Электронный ресурс] <https://www.imls.gov/blog/2020/04/how-childrens-museums-are-fostering-imagination-learning-and-creativity-home> (дата обращения: 10.02.2022)
- UNICEF — 28. UNICEF: Child and Youth Participation Resource Guide. UNICEF, 2006. [Электронный ресурс] <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=400&nr=555&menu=1515> (дата обращения: 10.02.2022)

Научная литература

- Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / Отв. ред. А. Щербаква. М.: б/и, 2012. С. 8–20.

- Ахтамзян Н. И., Ахтамзян А. И.* Современные методы исследования поведения посетителей музея // *Мировые тренды и музейная практика в России*. М.: РГГУ, 2019. С. 303–309.
- Белолуцкая, А. К. Криштофик И. С., Мкртчян В. А.* Особенности рефлексии педагогов: связь с личностными и профессиональными ценностными ориентациями // *Образование и наука*. 2022. Т. 24. № 7. С. 160–190.
- Белолуцкая А. К., Мкртчян В. А. & Щербакова Т. В.* Профессиональные дефициты начинающих учителей московский школ // *Вестник Московского городского педагогического университета*. Серия «Педагогика и психология». 2022. № 16(1). С. 55–77. <https://10.25688/2076-9121.2022.16.1.03>
- Ван Мени П., Мейер — ван Мени Л.* Новые тренды в музеологии. Пер. с англ. В. Г. Ананьева // М.: ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2021. С. 312–316.
- Гнедовский М. Б.* Современные тенденции развития музейной коммуникации // *Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности* (Сб. науч. тр. / НИИ культуры). М.: НИИК, 1989. С. 16–34.
- Голдинг В.* Коммуникация и образование в музее XXI века: опыт центра по изучению музеев и галерей // *Вопросы музеологии*. 2010. № 1. С. 89–98.
- Гринько И. А.* Нарративы в музейном пространстве: новые практики // *Томский журнал лингвистических и антропологических исследований*. 2017. № 3(17). С. 58–64.
- Гринько И. А., Шевцова А. А.* «Реанимируя Андерсона»: музей и карта в формировании современных идентичностей // *Культурологический журнал*. 2015. № 1(19). С. 9 (1–8).
- Гринько И. А., Шевцова А. А.* Интерпретация наследия // *Кастеевские чтения-2021*. «Пространство культуры и историческое сознание»: материалы научно-практической конференции. Алматы, 2021. С. 12–17.
- Короткова М. В.* Культура участия и партиципаторные стратегии в музейной педагогике // *Наука и школа*. 2020. № 4. С. 97–102.
- Максимова А. С.* Порядок социального взаимодействия в научно-техническом музее: возможности микросоциологического подхода. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Москва, 2017.
- Мени Ван П.* Коммуникация: Язык экспозиции // *Вопросы музеологии*. 2014. № 1. С. 254–272.
- Поляков Т. П.* Музейная экспозиция: методы и технологии актуализации культурного наследия. М.: Вече, Институт наследия, 2019. 587 с.
- Савоскул С. С.* Краеведение и локальная идентичность (на примере малых городов Центральной России) // *Этнографическое обозрение*. 2011. № 6. С. 83–99.
- Сапанжа О. С.* Развитие представлений о музейной коммуникации // *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*. 2009. № 103. С. 242–254.
- Чепайтене Р.* Наследие в (пост)обществе: диссонанс, конфликт или поиск согласия? // *Вестник Пермского университета*. Сер. История. 2016. № 1(32). С. 149–161.
- Шевцова А. А., Гринько И. А.* Конфликт в музейном пространстве: механика и тенденции // *Конфликтология*. 2017. № 3. С. 67–81.
- Шнирельман В. А.* Музей и конструирование социальной памяти: культурологический подход // *Этнографическое обозрение*. 2010. № 4. С. 8–25.
- Achiam M.* The role of the imagination in museum visits // *Nordisk Museologi*. 2016. № 1. P. 89–90. <https://doi.org/10.5617/nm.3066>
- Belolutskaya A., Bukhalenkova D., Krashennnikov-Khait E., Shiyani I., Shiyani O., Veraksa A.* Constructivism and Social Constructivism in the Study of Relationship Between Early Childhood Education Quality and Executive Function at 5–6 years Old // *Piaget and Vygotsky in XXI century. Early Childhood Research and Education: An Inter-Theoretical Focus* / ed. by N. Veraksa, I., Pramling Samuelsson. Vol. 4. Springer Cham, 2022. P. 145–164. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05747-2_9

- Blunden J.* Adding ‘something more’ to looking: the interaction of artefact, verbiage and visitor in museum exhibitions // *Visual Communication*. 2020. № 1. Vol. 19. P. 45–71. <https://doi.org/10.1177/1470357217741938>
- Dorph R., Cannady M. A., Schunn C. D.* What Drives Visitor Engagement in Exhibits? The Interaction Between Visitor Activation Profiles and Exhibit Features // *Curator: The Museum Journal*. 2019. P. 1–17. <https://www.lrdc.pitt.edu/schunn/papers/dorph-et-al2019-curator.pdf>
- Dufresne-Tass C. et al.* L’imagination comme force dynamisante du traitement des objets mus aux par des visiteurs occasionnels // *Families, Schoolchildren and Seniors at the Museum. Research and Trends*, ed. by C. Dufresne-Tass. Quebec: Editions MultiMondes, 2006. P. 160–176.
- Haywood N., Cairns P.* Engagement with an Interactive Museum Exhibit in People and Computers XIX. *The Bigger Picture*. Springer, 2005. P. 113–129.
- Kisić V.* *Governing Heritage Dissonance*. Amsterdam: European Cultural Foundation, 2016. 328 p.
- Labadi S.* *Museums, immigrants, and social justice*. London & New York: Routledge, 2017. 150 p.
- Latham K. F., Simmons J. E.* *Foundations of museum studies: evolving systems of knowledge: evolving systems of knowledge*. California: ABC–CLIO, 2014. 155 p.
- Lefebvre M., Rueda A.* L’expérience de visite de jeunes enfants dans une exposition scientifique: un lieu de pensée, pour penser ou pour se penser? // *Des lieux pour penser: musées, bibliothèques, théâtres* / ed. by F. Garcin-Marrou, F. Mairesse, A. Mouton-Rezzouk. Paris: ICOM–ICOFOM, 2018. P. 192–198.
- Lehn D., Heath C., Hindmarsh J.* Exhibiting interaction: conduct and collaboration in museums and galleries // *Symbolic Interaction*. 2016. № 2 (24). P. 189–216. <https://doi.org/10.1525/si.2001.24.2.189>
- Othman M. K., Petrie H., Power C.* Engaging visitors in museums with technology: scales for the measurement of visitor and multimedia guide experience // *IFIP Conference on Human-Computer Interaction*. Berlin, Heidelberg: Springer, 2011. P. 92–99.
- Scappini Chiara E.* *History, Preservation and Reconstruction in Siena: The Fonte Gaia from Renaissance to Modern Times*. PhD diss., Rutgers, The State University of New Jersey-New Brunswick, 2011.
- Tishman S., McKinney A., Straughtn C.* *Study Center Learning: An Investigation of the Educational Power and Potential of the Harvard University Art Museums Study Centers*. Cambridge, MA: Harvard University Art Museums, 2007. 92 p.
- Williams R.* *Communications and Community in Resources of Hope* // *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*, ed. Robin Gable. London: Verso, 1989. P. 19–31.
- Wood E., Latham K. F.* *The objects of experience: Transforming visitor-object encounters in museums*. London & New York: Routledge Left Coast Press, 2013. 176 p.

References

- Achiam, M. 2016. The role of the imagination in museum visits. *Nordisk Museologi* 1: 89–100. <https://doi.org/10.5617/nm.3066>
- Agapova, D. 2012. Kul’tura uchastiya: milliony dialogov [Culture of Participation: Million Dialogs]. In *Muzei kak prostranstvo obrazovaniya: igra, dialog, kul’tura uchastiya* [Museum as a Space of Education: Game, Dialogue, Culture of Participation], ed. by A. Shcherbakova. Moscow. 8–20. <https://museumsolutions.ru/ru/component/phocadownload/file/1-muzej-kak-prostranstvo-obrazovaniya-igra-dialog-kultura-uchastiya>
- Ahtamzyan, N. I. and A. I. Ahtamzyan. 2019. Sovremennye metody issledovaniya povedeniya posetitelej muzeya [Modern Methods for Studying the Behavior of Museum Visitors]. In *Mirovye trendy i muzejnaya praktika v Rossii* [Global Trends and Museum Practice in Russia], ed. by A. A. Sundieva. Moscow: RGGU. 303–309.
- Beloluckaya, A. K., I. S. Krishtofik and V. A. Mkrtychyan. 2022. Osobnosti refleksii pedagogov: svyaz’ s lichnostnymi i professional’nymi cennostnymi orientatsiyami [Features of Teacher’s

- Reflection: Connection with Personal and Professional Value Orientations]. *Obrazovanie i nauka*. 24 (7): 160–190. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49385459>
- Beloluckaya, A. K., V. A. Mkrtchyan and T. V. Shcherbakova. 2022. Professional'nye deficiency nachinayushchih uchitelej moskovskij shkol [Professional deficits of novice teachers in Moscow schools]. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «Pedagogika i psihologiya»*. 16(1): 55–77. <https://doi.org/10.25688/2076-9121.2022.16.1.03>
- Belolutsкая, А., D. Bukhalenkova, E. Krashennikov-Khait, I. Shiyana, O. Shiyana and A. Veraksa. 2022. Constructivism and Social Constructivism in the Study of Relationship Between Early Childhood Education Quality and Executive Function at 5–6 years Old. In *Piaget and Vygotsky in XXI century. Early Childhood Research and Education: An Inter-Theoretical Focus*, ed. by N. Veraksa, I. Pramling Samuelsson. Vol. 4. Springer. P. 145–164. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05747-2_9
- Blunden, J. 2020. Adding ‘something more’ to looking: the interaction of artefact, verbiage and visitor in museum exhibitions. *Visual Communication* 19 (1): 45–71. <https://doi.org/10.1177/1470357217741938>
- Chepajtene, R. 2016. Nasledie v (post)obshchestve: dissonans, konflikt ili poisk soglasiya? [Heritage in (Post)society: Dissonance, Conflict or Search for Agreement]. *Vestnik Permskogo universiteta Istorija* 1(32): 149–161. <https://cyberleninka.ru/article/n/nasledie-v-post-obshchestve-dissonans-konflikt-ili-poisk-soglasiya/viewer>
- Dorph, R., M. A. Cannady and C. D. Schunn. 2019. What Drives Visitor Engagement in Exhibits? The Interaction Between Visitor Activation Profiles and Exhibit Features. *Curator: The Museum Journal*: 1–17. <https://www.lrdc.pitt.edu/schunn/papers/dorph-et-al2019-curator.pdf>
- Dufresne-Tassé, C. et al. 2006. L'imagination comme force dynamisante du traitement des objets mus aux par des visiteurs occasionnels [Imagination as a Dynamic Force in the Treatment of Displayed Objects by Occasional Visitors]. In *Families, Schoolchildren and Seniors at the Museum. Research and Trends*, ed. by C. Dufresne-Tassé. Quebec: Editions MultiMondes. 160–176.
- Gnedovskij, M. B. 1989. Sovremennyye tendencii razvitiya muzejnoj kommunikacii [Modern tendencies of development of museum communication]. In *Problemy kul'turnoj kommunikacii v muzejnoj deyatel'nosti*, ed. by V. Yu. Dukel'skii. Moscow: NIIK. 16–34.
- Golding, V. 2010. Kommunikaciya i obrazovanie v muzee XXI veka: opyt centra po izucheniyu muzeev i galerej [Communication in Education in XXI Century Museum: the Experience of Center of Museums and Galleries Studies]. *Voprosy muzeologii* 1: 89–98. https://voprosi-muzeologii.spbu.ru/files/2010_1/Golding.pdf
- Grin'ko, I. A. 2017. Narrativy v muzejnom prostranstve: novye praktiki [Narratives in Museum Space: New Practices]. *Tomskij zhurnal lingvisticheskikh i antropologicheskikh issledovanij* 3 (17): 58–64. <https://doi.org/10.23951/2307-6119-2017-3-58-64>
- Grin'ko, I. A. and A. A. Shevtsova. 2021. Interpretaciya naslediya [Interpretation of heritage]. In *Kasteevskie chteniya-2021. «Prostranstvo kul'tury i istoricheskoe soznanie»: materialy nauchno-prakticheskoy konferencii* [Kasteev Readings-2021. “The Space of Culture and Historical Consciousness”: Proceedings of the Scientific and Practical Conference]. Almaty: 12–17.
- Grin'ko, I. A. and A. A. Shevtsova. 2015. «Reanimiruya Andersona»: muzei i karta v formirovanii sovremennykh identichnostej [“Reanimating Anderson”: Museums and Maps in the Formation of Modern Identities]. *Kul'turologicheskij zhurnal* 1(19): 1–8. <https://cyberleninka.ru/article/n/reanimiruya-andersona-muzei-i-karta-v-formirovanii-sovremennykh-identichnostej/viewer>
- Haywood, N. and P. Cairns. 2005. Engagement with an Interactive Museum Exhibit. *People and Computers XIX. The Bigger Picture*. Springer. 113–129.
- Kisić, V. 2016. *Governing Heritage Dissonance*. Amsterdam: European Cultural Foundation. 325 p.
- Korotkova, M. V. 2020. Kul'tura uchastiya i participatornye strategii v muzejnoj pedagogike [The culture of Participation and Participatory Strategies in Museum Pedagogy]. *Nauka i shkola*. 4: 97–102. <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2020-4-97-102>

- Labadi, S. 2017. *Museums, Immigrants, and Social Justice*. London & New York: Routledge. 150 pp.
- Latham, K. F. and J. E. Simmons. 2014. *Foundations of Museum Studies: Evolving Systems of Knowledge: Evolving Systems of Knowledge*. California: ABC-CLIO. 155 p.
- Lefebvre, M. and A. Rueda. 2018. L'expérience de visite de jeunes enfants dans une exposition scientifique: un lieu de pensée, pour penser ou pour se penser? [The Experience of Young Children Visiting a Scientific Exhibition: A Place of Thought, to Think or to Think Oneself]. *Des lieux pour penser: musées, bibliothèques, théâtres*, ed. by F. Garcin-Marrou, F. Mairesse, A. Mouton-Rezzouk. Paris: ICOM-ICOFOM. 192–198.
- Lehn, D., C. Heath and J. Hindmarsh. 2016. Exhibiting Interaction: Conduct and Collaboration in Museums and Galleries. *Symbolic Interaction* 2 (24): 189–216. <https://doi.org/10.1525/si.2001.24.2.189>
- Maksimova, A. S. 2017. *Poryadok social'nogo vzaimodejstviya v nauchno-tehnicheskom muzee: vozmozhnosti mikrosociologicheskogo podhoda* [The Order of Social Interaction in Scientific and Technical Museum: Opportunities of Micro Sociological Approach]. Ph.D. diss. Abstract, Nacional'nyj issledovatel'skij universitet «Vysshaya shkola ekonomiki».
- Mensh Van, P. 2014. Kommunikaciya: Yazyk ekspozicii [Communication: the Language of Exposition]. *Voprosy muzeologii* 1: 254–272. <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-yazyk-ekspozitsii/viewer>
- Othman, M. K., H. Petrie and C. Power. 2011. Engaging Visitors in Museums with Technology: Scales for the Measurement of Visitor and Multimedia Guide Experience. *Human-Computer Interaction* — INTERACT. Berlin, Heidelberg: Springer. P. 92–99.
- Polyakov, T. P. 2019. *Muzejnaya ekspoziciya: metody i tekhnologii aktualizacii kul'turnogo naslediya* [Museum Exposition: Methods and Technologies of Actualization of Cultural Heritage]. Moscow: Veche, Institut naslediya. 587 p.
- Sapanzha, O. S. 2009. Razvitie predstavlenij o muzejnoj kommunikacii [Development of Ideas About Museum Communication]. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gercena* 103: 242–254. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-predstavleniy-o-muzeynoy-kommunikatsii/viewer>
- Savoskul, S. S. 2011. Kraevedenie i lokal'naya identichnost' (na primere malyh gorodov Central'noj Rossii) [Regional Studies and Local Identities (on the Example of Small Towns in Central Russia)]. *Etnograficheskoe obozrenie* 6: 83–99.
- Scappini, C. E. 2011. *History, Preservation and Reconstruction in Siena: The Fonte Gaia from Renaissance to Modern Times*. PhD diss., Rutgers, The State University of New Jersey-New Brunswick.
- Shevtsova, A. A. and I. A. Grinko. 2017. Konflikt v muzejnom prostranstve: mekhanika i tendencii [Conflict in Museum Space: Mechanics and Tendencies]. *Konfliktologiya* 3: 71.
- Shnirel'man, V. A. 2010. Muzej i konstruirovaniye social'noj pamyati: kul'turologicheskij podhod [Museum in the Construction of Social Memory: Cultural Approach]. *Etnograficheskoe obozrenie* 4: 8–25.
- Tishman, S., A. McKinney and C. Straughthn. 2007. *Study Center Learning: An Investigation of the Educational Power and Potential of the Harvard University Art Museums Study Centers*. Cambridge, MA: Harvard University Art Museums. 92 p.
- Van Mensh, P. and L. Mejer — van Mensh. 2021. Novye trendy v muzeologii [New Trends in Museology]. *The Garage Journal: Studies in Art, Museums & Culture*: 312–316. <https://doi.org/10.35074/GJ.2021.11.91.017>
- Williams, R. 1989. Communications and Community. *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*. London: Verso. 19–31.
- Wood, E. and K. F. Latham. 2013. *The objects of experience: Transforming visitor-object encounters in museums*. London & New York: Routledge. 176 p.