

А. В. Смирнов

**Социальный объект: музейный предмет в партиципаторном музее**

Движение «новой музеологии», стремящееся к пересмотру принципов и оснований деятельности современных музеев, ввело в рассмотрение ряд новых понятий, одним из которых является понятие «социальный объект». «Новая музеология» трактует социальный объект как основу построения экспозиции партиципаторного музея, что позволяет рассматривать его в качестве аналога музейного предмета. Поскольку понятие «музейный предмет» является одним из ключевых теоретических инструментов современной музеологии, его содержание может быть расширено в рамках научного осмысления партиципаторного музея. Направления подобной теоретической проработки представлены в данной статье. Анализ трансформации музейного предмета в социальный объект при переходе от традиционного принципа построения музейной экспозиции к партиципаторному позволил выделить ряд проблем в деятельности партиципаторного музея, связанных с коммуникационным потенциалом его экспонатов. Понимание социального объекта сформировано на основании анализа примеров экспозиционно-выставочной деятельности, представленных в книге Н. Саймон «Партиципаторный музей».

Ключевые слова: музейный предмет, социальный объект, партиципаторный музей, музей соучастия, современный музей, новая музеология, музейное дело

Aleksey V. Smirnov

**Social object: museum object in the participatory museum**

The «new museology» movement, which seeks to revise the principles and foundations of the activities of modern museums, has introduced a few new concepts into consideration, one of which is the concept of «social object». «New Museology» interprets a social object as the basis for constructing an exposition of a participatory museum, which makes it possible to consider a social object as an analogue of a museum item. Since the concept of a «museum item» is one of the key theoretical tools of modern museology, its content can be expanded within the framework of the scientific understanding of a participatory museum. Directions of such a theoretical study are presented in this article. The analysis of the transformation of a museum object into a social object during the transition from the traditional principle of building a museum exposition to a participatory one made it possible to identify several problems in the activities of a participatory museum related to the communication potential of its exhibits. The understanding of a social object is formed based on an analysis of examples of exposition and exhibition activities presented in the book by N. Simon «The Participatory Museum».

Keywords: museum object, social object, participatory museum, modern museum, new museology, museum studies

DOI 10.30725/2619-0303-2021-1-126-132

Партиципаторный музей (музей «соучастия» или «музей-соучастие») представляет собой одну из возможных форм деятельности современного музея, использующего новые технологии социального взаимодействия. В отечественной музеологии и практике музейной деятельности данный термин получил известность благодаря появлению в 2010 г. одноименной книги Н. Саймон [1] и ее переводу на русский язык в 2017 г. Публикации, посвященные применению «технологий соучастия» в музейной деятельности, стали появляться в России в течение нескольких последних лет [2; 3]. Российские исследования в данной области носят, как правило, прикладной характер и направлены прежде всего на то, чтобы проанализировать опыт применения парти-

ципаторных технологий в работе современных российских музеев [3–6]. Отечественная музеология практически не уделяет внимания изучению теоретических оснований деятельности партиципаторных музеев, исключение составляют работы А. В. Вальковского [7], А. А. Деникина [8], Н. С. Шалиной [9], М. Н. Стародубцевой и М. Г. Чистяковой [10], поэтому осмысление принципов организации и работы таких музеев открывает широкие перспективы для российских ученых.

Социокультурные основания деятельности партиципаторного музея ставят перед теоретической музеологией целый ряд проблем, из которых в данной статье мы рассмотрим лишь одну, а именно проблему нового понимания музейного предмета. Наличие необходимого коли-

чества экспонатов является одним из условий эффективной деятельности любого музея, партиципаторный музей не является исключением, однако подход к формированию его экспозиции оказывается совершенно иным. Деятельность партиципаторного музея основывается на концепции, принципиально отличной от теоретических оснований традиционной научной музеологии, что требует переосмысления ряда ее ключевых понятий. Это позволит научно обосновать применение «технологий соучастия» в работе отечественных музеев. Кроме того, опыт экспозиционной деятельности в пространстве партиципаторного музея может оказать существенное влияние и на понимание музейного предмета в целом.

Основная цель данной статьи состоит в том, чтобы показать, как меняется понимание музейного предмета в контексте партиципаторного подхода к музейной деятельности, а также выявить круг проблем, возникающих в работе музеев при организации экспозиции с применением «технологий соучастия».

В современной музеологии отсутствует однозначное понимание «музейного предмета», хотя и был выработан ряд подходов к его трактовке. В отечественной науке понятие «музейный предмет» было введено в 1930-х гг. Н. М. Дружининым, однако теоретическое осмысление данного понятия началось только спустя десятилетия в работах таких зарубежных и российских исследователей как З. Странский, Й. Бенеш, К. Шрайнер, А. М. Разгон, В. Ю. Дукельский и др. [11, с. 13]. Музейный предмет стал рассматриваться и как источник особого вида познания, и как главный элемент музейной коммуникации, посредством которой осуществляется актуализация культурного наследия, его популяризация и изучение. Наполнение содержанием данного понятия продолжается и в настоящее время в работах А. Н. Балаш [12], А. А. Никоновой [13] и др. Отечественные ученые сходятся в том, что музейный предмет – это составляющая коммуникационной системы современного музея, которая направлена на трансляцию представлений, сформированных на основе научного знания. Таким образом, содержание научного понятия «музейный предмет» напрямую связано с моделью, лежащей в основе описания музейной коммуникации.

*Музейная коммуникация, «новая музеология» и новая модель коммуникации*

С целью повышения эффективности выполнения музеем своих социальных функций во второй половине XX в. в музеологии была развита теория музейной коммуникации, в ко-

торой одно из важнейших мест было отведено музейному предмету как форме бытования вещи в пространстве музея. Главными акторами коммуникационного процесса в музейной практике являются работник музея, вещи-подлинники и посетители; главной же задачей – научить посетителя «считывать» информацию, несомую музейными предметами.

Однако в конце XX в. научное направление под названием «новая музеология», вводя в рассмотрение новое понимание музея, поставило под сомнение целый ряд практических решений и научных понятий классической музеологии. Новым этапом в организации музейной работы стала реализация концепции партиципаторного музея, подробно описанная, в частности, в одноименной книге Н. Саймон [1], американского теоретика и практика музейного дела, исполнительного директора музея истории и искусства в Санта-Круз (Калифорния, США). Музей нового типа, в отличие от традиционного или классического (подобное терминологическое противопоставление двух указанных «типов» музея достаточно активно используется в отечественной научной литературе [6, с. 18]), предполагает ориентацию на желания и возможности посетителя, когда музей должен принять на себя функции пространства, предназначенного для интерактивного социального взаимодействия. Посетитель становится полноправным (со)участником деятельности музея, превращаясь из пассивного объекта коммуникационного воздействия в полноправного субъекта коммуникации, в силу чего данный тип музея в отечественной научной литературе иногда обозначается как «музей соучастия».

Таким образом, распространение практик «новой музеологии» оказывает двойное влияние на трактовку музейного предмета. Во-первых, меняется его роль в возможной коммуникационной структуре «соучастия» партиципаторного музея. Если в классической музеологии экспонат, приобретая статус музейного предмета, становится ключевым компонентом коммуникации музея с посетителем, то элементы экспозиции партиципаторного музея больше ориентированы на организацию коммуникации между самими посетителями в его пространстве. Такое возможно только в том случае, когда коммуникационная модель рассматривает музей не как источник и не как канал коммуникации общества и власти, но как пространство коммуникации внутри сообщества, как один из способов его формирования и внутренней коммуникации. Это говорит о том, что классическая модель музейной коммуникации, разработанная Д. Кэмероном, непригодна для описания процессов комму-

никации, протекающих в «музее соучастия», и требует значительного пересмотра.

Во-вторых, деятельность музея нового типа уже не концентрируется вокруг его коллекции [14], главную роль в этой деятельности играет само его пространство со своей специфической организацией. «Новая музеология» предполагает иное понимание музея и ставит перед ним иные задачи. Партиципаторный музей уже не предлагает возможность созерцать подлинник, почувствовать его ауру или получить научно-верифицированное знание о нем, он создает возможность общения по поводу экспонируемых объектов, обмена впечатлениями от его восприятия с целью обогащения собственного опыта за счет усвоения мнений других посетителей, равных по социальному статусу и роли в музейной коммуникации.

*Понятие о социальном объекте и его роли в партиципаторном музее*

Основу экспозиции партиципаторного музея, по мнению Н. Саймон, должны составить так называемые «социальные объекты», на основе которых в его пространстве и разворачивается коммуникация между посетителями, «музейный предмет» не рассматривается вообще. Отсутствие упоминания музейного предмета становится естественным по причине того, что «новая музеология» не использует классическую, принятую в том числе и в России, теорию музейного дела. Соответственно, научно-теоретические принципы формирования экспозиции и организации коммуникации в пространстве музея выходят за рамки задач организаторов деятельности «музеев соучастия». Таким образом, вопрос о том, как соотносятся между собой два, классический и партиципаторный, способа понимания того, что лежит в основе музейной экспозиции, представляется нам значимым для музеологии.

Под социальным объектом, насколько это следует из текста книги Н. Саймон, понимается экспонат или иная часть коллекции партиципаторного музея, вокруг или по поводу которых организовано или стихийно разворачивается социальное взаимодействие (коммуникация) [1, с. 166]. Грамотное формирование социальных объектов, способных вызвать коммуникативную реакцию посетителей, становится таким образом одним из необходимых условий успешной деятельности партиципаторного музея (или музейно-экспозиционного проекта), одним из важнейших средств достижения его целей. В силу того, что степень партиципаторности музея (т. е. степень «соучастия» посетителей в его работе) напрямую не определена его тематикой, создание социальных объектов возможно

в музеях и экспозиционных проектах любой направленности: художественных, мемориальных, научно-технических, этномузеев и пр.

Необходимым условием, при выполнении которого экспонат или мультимедийное изображение становится социальным объектом, является наличие в нем социального смысла, обеспечивающего соотношение информативности, экспрессивности и аттрактивности экспоната с личностным опытом посетителя. Социальный смысл приобретает тот предмет, который способен побудить посетителя к собственному «переживанию», воспоминаниям, а также способствует установлению связей между людьми. Нам представляется, что под социальным смыслом можно понимать те культурные значения вещи или образа, которые делают возможным социальное взаимодействие (коммуникацию) посетителей благодаря своей укорененности в их социальном опыте. Таким образом, для успешной организации социального взаимодействия важно наличие имплицитных социальных смыслов экспоната и возможность их актуализации в экспозиционном пространстве музея. При этом способы поиска и экспликации потенциальных социальных смыслов разнообразны, их совокупность представляет собой технологию конструирования социальных объектов из артефактов, имеющихся в распоряжении музея. Конечной задачей использования одного или нескольких социальных объектов в конкретном экспозиционном пространстве является формирование нового социального опыта, т. е. такого социально значимого знания, успешное присвоение, апроприация которого невозможны без социального взаимодействия.

Основной сферой формирования социального опыта в музейно-экспозиционном пространстве являются, прежде всего, музеи памяти и мемориальные музеи [15], производящие не столько знание, сколько впечатления, аффекты, на основе которых и формируется желаемый социальный опыт. В мемориальных музеях классического типа осуществляется попытка трансляции аффекта за счет особой организации экспозиционного пространства, без какого-либо взаимодействия посетителей. Социальный опыт, подлежащий усвоению, транслируется «сверху», в полном соответствии с классической патерналистской моделью музея, что уравнивает мемориальный музей с музеем, решающим традиционную и отработанную задачу трансляции знания. Социальный же опыт, формируемый в партиципаторном музее, должен стать результатом взаимодействия равных

индивидов-посетителей, а не просто пассивно усвоенным знанием или впечатлением, полученным от иной, иерархически более высокой, инстанции. В пространстве партиципаторного музея этот опыт формируется активно, точнее интерактивно, и немаловажную роль в этом призваны играть именно социальные объекты.

*От музейного предмета к социальному объекту: новые проблемы*

По мере того, как музейный предмет становится социальным объектом, значительно меняются критерии экспозиционной ценности. На смену исторической, художественной или культурной значимости музейного предмета, оцениваемой экспертами-учеными, приходит значимость социальная. Речь идет о способности экспоната формировать вокруг себя специфическую коммуникативную ситуацию, на создание которой и направлен партиципаторный музей.

Соответственно, в задачу организаторов партиципаторного музея входит формирование социальных объектов из существующих музейных предметов (которыми располагает фонд музея) или, наоборот, попытка музеефикации тех или иных социальных объектов. Второй подход существенно облегчает запуск новых музейных проектов, поскольку не требует от их создателей значительных материальных ресурсов, необходимых для формирования экспозиции. В этом смысле партиципаторный музей оказывается более «демократичным» в том смысле, что он демонстрирует возможность создавать экспозицию без раритетов, подлинников, т. е. без объектов, обладающих специфической «аурой», о которой писал В. Беньямин [16]. Выставка свадебного фарфора [1, с. 141], где значительную часть экспозиции составили принесенные посетителями экспонаты (предметы с их собственных свадеб или со свадеб их родственников), позволяет сделать вывод, что на смену научной или художественной ценности вещи, гарантированной авторитетом музея, приходит значимость вещи для определенной социальной группы, в данном примере для семьи. Более того, реализация подобных экспозиционно-выставочных проектов возможна и без присутствия вещей как таковых, а с применением их цифровых копий.

Мы можем выделить несколько важных проблем, возникающих в деятельности партиципаторного музея, связанных с новым статусом его экспонатов.

1. Несоответствие содержания социального опыта тематике музея.

Применение технологий соучастия предполагает пересмотр музейных экспозиций

и коллекций (музейного контента) в целях оценки возможности входящих в нее экспонатов и единиц хранения выступать в качестве социальных объектов. Наибольшую ценность при таком подходе приобретают те элементы коллекции, которые обладают максимальным количеством социальных смыслов. Именно они открывают наиболее широкие возможности для организации новой музейной коммуникации и социального взаимодействия в пространстве музея. Однако при реализации подобного подхода возникает проблема, решению которой Н. Саймон не было уделено должного внимания. Практический опыт применения технологий соучастия, проанализированный ею, показывает, что тематика обсуждения конкретных экспонатов (одной из важнейших форм социального взаимодействия) посетителями партиципаторных музеев очень часто формируется стихийно, а, следовательно, непредсказуемо. Поэтому перед организаторами экспозиций встает вопрос, в какой степени результаты такого общения будут решать поставленные перед экспозицией задачи. Применительно к деятельности музея традиционного типа, стремящегося внедрить в свою экспозицию принципы партиципаторности, эту проблему можно сформулировать так: что увидят посетители в экспонируемом музейном предмете, объект, обладающий культурной (научной, художественной) ценностью, или социальную проблему? В результате в деятельности музея формируется новая, независимая сфера, ориентированная на решение социальных задач, далеко не всегда сводимых к задачам научно-просветительским, образовательным или даже политическим. Сама возможность постановки данной проблемы позволяет нам высказать предположение, что партиципаторный музей решает принципиально иные задачи по сравнению с музеем традиционного типа.

2. Пересмотр статуса музейной коллекции.

Выскажем предположение, что партиципаторный музей, ориентированный на использование социальных объектов, нуждается не в коллекции, на основе которой формируются музейные предметы, а в контенте, предметном, визуальном или текстовом. В этом случае мы рассматриваем музей всего лишь как выставочный проект, как одно из возможных в современной культуре пространств социального взаимодействия. Он уже не транслирует те или иные патерналистски предписываемые знания, но позволяет посетителям обмениваться собственным социальным опытом или усваивать его от организаторов под их пристальным контролем.

Если принцип соучастия проявляется не только в коллективном усвоении социального опыта, но и в создании контента самими посетителями музея, то такой контент становится уже не коллекцией, но приобретает черты архива, серии однородных предметов или документов, при этом вопрос о научной, художественной или исторической ценности каждого из элементов этой серии даже не может быть поставлен. Подобный «архив» представляет собой свидетельство совместного участия коммуникантов в создании экспозиции и вполне может представлять интерес для исследователей тех или иных форм социального опыта (например, культурной травмы) и способов его осмысления в современной культуре. При этом само понятие коллекции как научно описанной и систематизированной совокупности музейных предметов ставится под сомнение. В свою очередь, научного осмысления требует понятие «архив».

3. Проблема ценности социального опыта посетителей.

Партиципаторный музей предлагает прикладные методы для практической реализации вовлечения посетителя в социальную коммуникацию в пространстве музея. Очевидно, что восприятие социальных объектов сводится к упрощению, облегчению понимания заложенных смыслов и должно ориентироваться на уже имеющийся социальный опыт посетителя, а не просто расширять его знание. Подобные задачи, решаемые в ходе применения «технологий соучастия», связаны с необходимостью легитимации уникального опыта посетителей музея, который, таким образом, становится одним из пространств социальной терапии индивидов, испытывающих сложности с иными формами общественного признания собственной значимости. Партиципаторные технологии направлены на соотнесение личного опыта посетителя с экспонатами, благодаря чему коммуникационный потенциал социального объекта может быть реализован [1, с. 180–220].

Вопрос о том, насколько интересен крупному и популярному музею традиционного типа личный опыт посетителя (в особенности, если речь идет об экспозиции объектов со значительной художественной или общепризнанной культурной ценностью), является риторическим. Это позволяет выделить две категории музеев, в наибольшей степени ориентированных на применение «технологий соучастия». Во-первых, это вновь созданные музеи, изначально ориентированные на реализацию актуальных социальных задач, и, во-вторых, это музеи традиционного типа, заинтересованные в действенных инструментах привлечения посетителей. Зачастую

подобное стремление к внедрению партиципаторных технологий обусловлено отсутствием музейных предметов должной аттрактивности, заменяемых в экспозиции социальными объектами.

#### *Выводы*

Партиципаторный музей предлагает ряд оригинальных методов вовлечения посетителя в музейную коммуникацию совершенно нового типа. Во многом эти методы основаны на альтернативном (по сравнению с музейным предметом) понимании экспоната. Деятельность партиципаторного музея противопоставляется традиционной музейной практике, в его пространстве зрители перестают быть пассивными слушателями экскурсовода, безмолвными созерцателями экспозиции, они становятся полноправными (со)участниками сложной коммуникации. Это достигается, прежде всего, путем их вовлечения в процесс конструирования заданного смысла на основе индивидуального социального опыта. Правильно подобранные социальные объекты и выстроенная на их основе система коммуникации помогает посетителям самостоятельно отвечать на интересующие их вопросы, формировать собственные оценки и суждения. Данный подход открывает работникам музея широкие возможности воплощения различных творческих концепций и практик экспозиционной и выставочной деятельности, но также создает опасность того, что музейное высказывание не всегда может быть правильно понято посетителем. Необходимо обучать посетителей языку, на котором осуществляется коммуникация в пространстве музея, без чего адекватная интерпретация экспонатов не представляется возможной.

Технологии соучастия предполагают трансляцию не научно верифицированного знания (для реализации которой и нужен музейный предмет), но неверифицируемого социального опыта. Такая эпистемологическая ситуация и отменяет необходимость в музейном предмете, носителе научного знания, на смену которому приходит социальный объект, носитель культурных смыслов. Трансформация музейного предмета в социальный объект обусловлена новой структурой музейной коммуникации и новым отношением к коллекции в рамках новой музеологии, когда не музей создается на основе существующей коллекции, но сама коллекция формируется для решения конкретных социальных задач путем создания серии социальных объектов. В отличие от музейного предмета, статус которого обеспечивается научным знанием, функционирование социального объекта опирается на совокупность индиви-

дуального социального опыта представителей сообщества, в интересах которого действует партиципаторный музей.

Ситуация, когда именно социальный объект становится основой экспозиции партиципаторного музея, требует соответствующего теоретического анализа, направленного прежде всего на уточнение эпистемологического статуса такого объекта и выработку принципов его формирования. Концептуализация социального объекта дает ответ на вопрос, каким образом организовать музейное пространство вокруг предметов, не имеющих экспозиционного потенциала в традиционном музее. Их художественная ценность или историческая значимость сомнительна, но они позволяют организовать вокруг себя особое пространство социального взаимодействия, что позволяет расширить социальный опыт посетителей партиципаторного музея.

### Список литературы

1. Саймон Н. Партиципаторный музей. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. 368 с.
2. Культура участия: музей как пространство диалога и сотрудничества / ред.-сост. Д. Агапова. Санкт-Петербург, 2015. 157 с.
3. Шуклина Е. А., Каменский С. Ю. Партиципаторный музейный проект: опыт конструирования и изучения // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Т. 138, № 2. С. 154–164.
4. Ванеева О. В. Комплексное использование интерактивных технологий в рамках музейного пространства // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2015. Т. 212. С. 189–196.
5. Средняк К. В. Музейная коммуникация в зеркале современных образовательных программ // Вестник Нижегородского государственного технического университета им. Р. Е. Алексеева. Сер. Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2014. № 3. С. 10–15.
6. Стародубцева М. Н. Партиципаторный музей: истоки и проблемы реализации // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 1. С. 17–21.
7. Вальковский А. В. Искусство соучастия: трансформация коммуникативной функции искусства в современных художественных практиках // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 2 (27). С. 147–175.
8. Деникин А. А. К определению термина «партиципация» в контексте современных художественных практик // Наука телевидения. 2018. Т. 14, № 1. С. 58–78.
9. Шалина Н. С. Музей современного искусства: функция форума // Труды исторического факультета Санкт-Петербургского университета. 2015. № 22. С. 199–208.

10. Стародубцева М. Н., Чистякова М. Г. Партиципаторный музей в контексте искусства соучастия // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 12 (434). С. 105–110.

11. Никонова А. А. Загадка музейного предмета // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 6. Философия, политология, социология, психология, право, международные отношения. 2006. № 1. С. 11–18.

12. Балаш А. Н. Подлинники и воспроизведения в музее: теоретическое осмысление проблемы аутентичности музейного предмета в музеологическом дискурсе последней четверти XX в. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение: вопросы теории и практики. Тамбов, 2015. № 3 (53), ч. 1. С. 42–45.

13. Никонова А. А. Музейный предмет и/или экспонат: к проблеме музейной эвристики // Трансформации музеев-библиотек-архивов и информационное обеспечение исторической науки в информационном обществе: сб. ст. по материалам науч.-практ. семинара. Москва, 21 февр. 2017 г. М.: ИНИОН РАН, 2017. С. 111–120.

14. Ключевые понятия музеологии / сост.: А. Девале, Ф. Мэресс. М.: ИКОМ России, 2012. 101 с.

15. Беззубова О. В. Экспозиция как пространство производства аффекта // Музей. Памятник. Наследие. 2017. № 1. С. 155–164.

16. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избр. эссе. М.: Медиум, 1996. С. 15–65.

### References

1. Simon N. Participatory museum. M.: Ad Marginem Press, 2017. 368 (in Russ.).
2. Agapova D. (ed.). Culture of participance: museum as a space of dialog and collaboration. Saint-Petersburg, 2015. 157 (in Russ.).
3. Shuklina E. A., Kamenskii S. Yu. Participative museum project: practice of building and studying. Izvestia Ural Federal University Journal. Ser. 1. Issues in education, science and culture. 2015. 138 (2), 154–164 (in Russ.).
4. Vaneeva O. V. Integrated use of interactive technologies within the museum space. Proceedings of Saint-Petersburg State University of Culture. 2015. 212, 189–196 (in Russ.).
5. Srednyak K. V. Museum communication and modern education program. Bulletin of Nizhny Novgorod State Technical University n. a. R. E. Alekseev. Ser. Management in Social Systems. Communicative Technologies. 2014. 3, 10–15 (in Russ.).
6. Starodubtseva M. N. Participatory museum: origins and problems of implementation. Bulletin of Kazan State University of Culture and Arts. 2020. 1, 17–21 (in Russ.).
7. Val'kovskii A. V. Art of participance: transformation of communicative function of art in modern artistic practices.

International journal of cultural research. 2017. 2 (27), 147–175 (in Russ.).

8. Denikin A. A. Definitions of the term «participance» in modern artistic practices. Science of television. 2018. 14 (1), 58–78 (in Russ.).

9. Shalina N. S. Museum of contemporary art: forum function. Proceedings of history department of Saint-Petersburg State University. 2015. 22, 199–208 (in Russ.)

10. Starodubtseva M. N., Chistyakova M. G. Participatory museum and art of participance. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2019. 12 (434), 105–110 (in Russ.).

11. Nikonova A. A. Riddle of museum object. Bulletin of Saint-Petersburg University. Ser. 6. Philosophy, political science, sociology, psychology, law, international relations. 2006. 1, 11–18 (in Russ.).

12. Balash A. N. Originals and reproductions in the museum: the problem of the authenticity of museum object in museological discourse of late XXth century. Historical,

philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history: questions of theory and practice. Tambov, 2015. 3 (53), 1, 42–45 (in Russ.).

13. Nikonova A. A. Museum object and/or exhibit: on the problem of museum heuristics. Transformation of museums-libraries-archives and information support of historical science in information society. Moscow: Inst. of Sci. Inform. for Social Sciences of the Russ. Acad. of Sciences, 2017. 111–120 (in Russ.).

14. Desvallées A. (comp.), Mairesse F. (comp.). Key Concepts of museology. M.: ICOM Russia, 2010. 101 (in Russ.).

15. Bezzubova O. V. Exposition: space for production of affect. Museum. Monument. Heritage. 2017. 1, 155–164 (in Russ.).

16. Benjamin W. The work of art in the age of mechanical reproduction. Benjamin W. The work of art in the era of its technical reproducibility: selected essays. M.: Medium, 1996. 15–65 (in Russ.).