

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ МУЗЕЙНОГО ДИЗАЙНА: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ

Если музей, как следует из новой музеологии, является станцией «производства» смыслов, то музейный дизайн играет в этом процессе весьма важную роль. Предложено различать практику создания и оформления музейных экспозиций и концептуализацию музейного дизайна. Практика существует с самого институционального зарождения музея, тогда как концептуализация состоялась лишь в XX веке. Выделяются три основных направления концептуализации музейного дизайна: понимание его как инструмента просветительской деятельности (1920–1930-е гг.); как объекта художественно-эстетического анализа (1960–1980-е гг.) и как рамки музейного опыта, обладающие специфическими когнитивными эффектами (с 1990-х гг.).

Ключевые слова:

музей, музейная интерпретация, музейный дизайн, способы показа, смысловая рама восприятия (фрэйм), экспозиция, экран (display).

Волкова Е.В. Концептуализация музейного дизайна: основные подходы // Общество. Среда. Развитие. – 2017, № 4. – С. 82–88.

© Волкова Елена Владимировна – дизайнер, Государственный Русский музей; аспирант, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург; e-mail: elenavolkova196@yandex.ru

Самое важное в понимании музея как феномена культуры – его активная роль в производстве смыслов. Одним из существенных инструментов этого производства является музейный дизайн, выступающий посредником между зрителем и музейным предметом, своего рода, «упаковкой» послания, которое с помощью музейных экспонатов транслируется обществу. Задача настоящей статьи – показать основные подходы к пониманию сути и функций музейного дизайна.

Предварительно определяя музейный дизайн, можно сказать, что он есть все, что не музейный предмет и не архитектора. Это этикетки, аннотации, организация выставочного пространства, оборудование, свет, мультимедиа, веб-сайты, дополненная реальность и т.д. Даже принцип отбора и сочетания объектов показа можно считать компонентом экспозиционного дизайна. Наша задача понять как концептуализируется музейный дизайн в музеологии. Каким образом все его вышеперечисленные элементы помогают музею выполнять свои социокультурные функции?

Следует различать практику музейного дизайна как специфическую деятельность и способы ее осмысления. Сама деятельность значительно старше, она существует столько же, сколько и музей, в то время как попытки взглянуть на нее с философской и культурологической точки зрения начались в XX веке. Да и дизайн, конечно, оформление музейного пространства было названо довольно поздно.

Так, в XVIII–XIX веках употреблялся термин «архитектурное построение», который означал главенство архитектуры, экспозиция подчинялась интерьеру, его общему стилевому решению. С начала XX века начал использоваться термин «художественное оформление» и появилась тенденция к главенству экспоната – экспозиционное окружение или развивало тему, заданную музейным предметом, или являлось для него максимально нейтральным фоном. В 60–70-е годы XX века употреблялся термин «архитектурно-художественное решение», который раскрывался как создание целостного концептуального экспозиционного ансамбля, где основную роль играл подлинный экспонат, а остальные компоненты создавали вместе с ним гармоничную среду [12, с. 54–55]. Современная практика названа музейным (вариант – экспозиционным) дизайном. Под этим понимается «искусство средового проектирования (формообразования), использующего комплекс эстетических, конструктивных, технологических и других средств для создания художественно-образного строя выставок» [12, с. 50].

Литературы на тему создания экспозиций немало. Условно ее можно разделить на три группы: практические руководства, художественно-эстетический анализ и исследования, смещающие фокус внимания с эстетического и практического восприятия на когнитивные эффекты. История практических руководств восходит к самому раннему этапу истории музея – к ка-

бинетам редкостей. Так, две главы труда А.-Ж. Дезалье д'Аржанвиля «Естественная история, проясненная в двух ее главных частях, литологии и конхиологии» (1747) посвящены принципам размещения образцов, типам шкафов и т.д. [9, с. 5–6]. Однако это еще не концептуализация.

Важным этапом осмысления музейного дизайна является период 1920–30-х годов, который связан как с демократизацией музея, так и с адаптацией идей модернистского искусства. Тогда об экспозиционном пространстве писали как теоретики (В. Бреннет, С.С. Гейченко, Н.М. Дружинин, М.В. Фармаковский, А.А. Федоров-Давыдов, А.В. Шеманский, Ф.И. Шмит), так и художники (К. Малевич, Э. Лисицкий, А. Родченко). Например, «школой Лисицкого были разработаны новые принципы экспонирования, включавшие организацию единого пространственного образа, активное использование символических, динамичных конструкций, фотомонтажи, объемно-пространственные плакаты, «витрина-образ» и т.п.» [19, с. 29].

Один из крупнейших теоретиков музейного дела Ф.И. Шмит [25] рассматривал музейную экспозицию как текст и вводил понятия «повесть» и «драма», заменяя ими категорию «ансамбль». Он рекомендовал определить главную тему и, отбрасывая все лишние вещественные эквиваленты, довести каждый предмет до уровня символа, который создает убедительный текст «повести». Шмит предлагал при построении экспозиции использовать «музейно-образный метод», который реализуется с помощью сравнения, метафоры, аллегории. И, конечно же, одним из важнейших вкладов в музейные исследования первой трети XX века является предложенная Ф.И. Шмитом классификация музеев. Выделяя в качестве одной из специфических черт музея его образовательную деятельность и закрепляя за музеем статус источника знания, он, опираясь на потребности посетителей, выделял научный, учебный и публичный типы музеев [24]. Способы и приемы создания их экспозиций были различны. Например, по поводу использования различного дополнительного материала, раскрывающего основную тему экспозиции, в частности, копий, Шмит писал: «...учебные музеи должны быть музеями слепков и копий и моделей – прямая противоположность музеям научным, которые, как правило, должны быть музеями подлинников и допускать воспроизведения только в качестве подсобного материала» [25, с. 673].

Отметим, что практика включения неподлинных объектов, копий или реплик была известна и музеям конца XIX века. Так, Л.В. Никифорова, анализируя первые мемориальные музеи, связанные с воцарением Романовых, указывает на историческое воображение как на причину введения в экспозиции копий и реплик: желание создать непротиворечивый исторический рассказ и наполнить его деталями как в романе [17, с. 477–478; 29]. Однако это не осознавалось как специальный подход или прием.

Работы Ф.И. Шмита оказали большое влияние на последующее развитие экспозиционного дела. Так, в идеях драмы, текста, повести были заложены многие, актуализированные сегодня подходы, например, семиотический, коммуникационный, сценарный. Его ученики С.С. Гейченко и А.В. Шеманский еще в 1920-е применили предложенный Шмитом тематический метод в экспозициях петергофского Нижнего дворца, позднее С.С. Гейченко развивал и реализовывал все возможности данного метода при создании музея-заповедника «Михайловское» [4]. Суть тематического метода – раскрытие какой-либо темы с помощью тщательно отобранного экспозиционного материала с возможностью привнесения не аутентичных вещей или документов, причем, как подлинников, так и копий.

О тематическом методе писал и А.А. Федоров-Давыдов [22], который в 1929 году предложил план «социологическая экспозиция» для восприятия произведений искусства всего лишь как «документов эпохи», имевших «материально-бытовую и идеологическую значимость» [20, с. 199]. Например, созданная под его руководством в Третьяковской галерее «марксистская комплексная экспозиция» начала 1930-х годов должна была показывать средневековые иконы в качестве иллюстрации феодального быта.

В это же время историко-бытовым отделом Русского музея были сформулированы принципы социологического подхода [10]. М.В. Фармаковский описал его основные положения и обозначил типы историко-бытовых экспозиций: сериальные, комплексные, подлинные памятники быта сложного типа (жилище человека), синтетическая реконструкция [21]. Для каждой были предложены свои правила построения экспозиционного пространства. Например, в комплексной экспозиции сложным является объединение подлинных предметов и их воспроизведение или пояснения к ним. Отчасти, в связи с

этим было введено понятие «дополнительной экспозиции». Ее идея заключалась в использовании разъясняющего материала (от графиков и текстов до специально созданных арт-объектов – манекенов, муляжей), что помогало полнее раскрыть общий смысл выставки или объяснить конкретный экспонат в нужном контексте.

Н.М. Дружинин, заведовавший экспозиционным отделом Центрального музея Революции, выделял две основные категории экспонатов – подлинные «вещественные реликвии», которые он считал главными, и «вспомогательные пособия», которые разъяняют и дополняют содержание первых [3]. К вспомогательным материалам относятся макеты, диаграммы, картограммы, схемы и планы. Уделяя большое внимание эстетической стороне экспозиции музеев, он подробно описал разнообразные приемы компоновки экспозиционного материала, ввел такие понятия как «монтажный плакат», «систематизированные щиты» и «тематический комплекс». Дружинин полагал, что экспозиция является научной концепцией, визуализированной с помощью музейных экспонатов, что дает возможность причислить его к сторонникам так называемого иллюстративного метода. Сам же метод предполагал использование музейного предмета для подтверждения определенных научных теорий и допускал активное применение «дополнительной экспозиции» [19, с. 23].

Следующим этапом культурологического осмысления музейного дизайна стали 1960–80-е годы, что обусловлено несколькими факторами. Во-первых, к этому времени было уже накоплено большое количество методик организации экспозиций, разнообразных подходов к визуальной составляющей музея и приемов ее создания. Кроме того, принципы неоконструктивизма и функционализма в архитектуре легли в основу минималистичных, трансформирующихся экспозиций. С ними же связаны созерцательность, фокусировка на музейном объекте, широкое применение возникшей еще в 1920-е экспозиционной концепции «белого куба».

Во-вторых, к этому времени прочно утвердилась дизайнерская практика, а сам дизайн признан самостоятельной профессией. Так, в 1953 году в Лондоне был создан Международный Совет организаций промышленного дизайна ICSID (The International Council of Societies of Industrial Design), который на своем первом конгрессе в 1959 году принял термин «дизайн» как обозначение новой специальности. В 1957

году в СССР организовали Сенежскую студию (Центральная экспериментальная студия Союза художников СССР), чьи разработки и семинары во многом повлияли на формирование методов проектирования музейной экспозиции этого периода в нашей стране.

В-третьих, изменение социальной роли музея в результате «музейного бума» второй половины XX века потребовало решения несвойственных ранее задач, а, следовательно, и появления специалистов, способных это сделать. В результате «музейная экспозиция и проектирование были впервые осмыслены в качестве достойных и престижных общественно значимых объектов для проектирования» [11, с. 16] и в нее пришло большое количество талантливых дизайнеров, в основном проектировщиков среды. Теоретическую же базу для осмысления такого рода деятельности создавал основанный в 1957 году журнал «Декоративное искусство СССР».

К этому периоду относятся попытки проанализировать и теоретически осмыслить прошлый опыт. Ярким примером такого рода обобщений является книга А.И. Михайловской [15], первая глава которой целиком посвящена обзору литературы по созданию музейных экспозиций. Особенный интерес представляет глава «Архитектурно-художественное оформление экспозиций», т.к. облик музейной экспозиции рассматривается в ней, прежде всего, как реализация концептуального замысла с помощью визуальных образов. Утверждая, что «важное значение имеет архитектурно-художественное оформление экспозиций, создаваемое по единому, хорошо продуманному плану...» [15, с. 91], автор уделяет большое внимание общей композиции залов, цвету, свету, оборудованию. Книга Михайловской отражает понимание экспозиционного дизайна как важной составляющей музейной работы, характерное для этого периода. Тот же подход отличает ряд сборников с характерными названиями «музейная эстетика» или «искусство экспозиции» [5–7; 16; 23].

Взгляд на музейный дизайн как на явление эстетического порядка получил свое окончательное оформление в конце 80-х годов. Так, Т.П. Поляков [19] в качестве основного метода построения современной экспозиции называет «образно-сюжетный» или «художественно-мифологический», который «выводит музейную экспозицию на уровень самостоятельного вида искусства, синтезирующего элементы архитектуры, дизайна, живописи, скульп-

птуры, драматургии, театра и т.п.» [19, с. 56]. По мнению автора, музейный предмет сам по себе «обладает бесконечным запасом информации» [19, с. 59], но необходимое экспозиционеру «сообщение» может быть получено только при помещении этого предмета в определенный контекст, создаваемый экспозиционно-художественным образом с помощью художественно-эстетических методов. В кандидатской диссертации М.Т. Майстровской музейная экспозиция определяется как «самостоятельный синтетический жанр художественного творчества» [13, с. 4].

Среди элементов музейного дизайна в литературе того времени, особенно выделяла музейное оборудование. Так, в уже упомянутой книге А. И. Михайловской подробно описывались всевозможные витрины, щиты и стенды. Той же теме были посвящены альбомы чертежей, монографии и сборники научных трудов [1; 2; 6; 8]. Интерес к экспозиционному оборудованию был вызван во-первых, его решающим значением для сохранности музейного предмета, а во-вторых, в связи с большим влиянием на формирование конечного художественного образа экспозиции.

Именно на 1960-е приходится максимальное количество текстов, написанных самими проектировщиками экспозиций: Б.И. Бродским, К.И. Рождественским, Е.А. Розенблюмом, И. Рязанцевой, Р.Р. Кликс, Е. Свецким, В.В. Литвиновым. Несмотря на то, что архитекторы и художники, чаще всего, обобщали собственный опыт, поднимали сугубо профессиональные вопросы и достаточно редко касались общих теоретических аспектов, эти работы, тем не менее, подтверждают общую направленность осмысления музейного дизайна как независимой художественно-эстетической деятельности.

90-е годы XX века стали началом нового этапа концептуализации музейного дизайна, который осмыслился теперь не с практических или эстетических позиций, а с точки зрения когнитивных эффектов. Новая музеология как развивающаяся область исследования зазвучала в академическом дискурсе вслед за публикацией одноименной антологии Питера Верго [30]. Идеи новой музеологии являются неотъемлемой частью современного философско-культурологического подхода к феномену музея.

С опорой на теорию М. Фуко музей понимается как идеологическая инстанция, но под идеологией здесь имеется в виду не прямой социальный заказ или конъюнктура, а роль музея в процессе производства

значений и придания им статуса нормы и очевидности. Музеи сегодня стали «преобладающей деталью нашего культурного ландшафта, именно они формируют наши представления о прошлом, настоящем и о нас самих» [28, с. 1]. В роли элементов и стратегий музейного дизайна, формирующих смыслы, анализируются в первую очередь, принципы отбора и сочетания музейных предметов, создание или разрушение иерархий. Совместная демонстрация произведений, так называемого, «высокого» искусства (живопись, графика, скульптура и тд.) и этнографических образов; помещение произведений современного авангардного искусства в исторические интерьеры классических музеев; показ произведений художника и его последователей – примеры такого рода сочетаний.

С точки зрения визуальных исследований музейный дизайн рассматривается как экран. Так, Валери Кейси предлагает теоретическую модель взаимоотношений между посетителем и музейным объектом как между Субъектом и Объектом, опираясь на лакановский концепт Взгляда [27]. Субъектно-объектные взаимоотношения всегда опосредованы «экраном», коллекцией означаемых и означающих, репрезентирующих Объект. Роль такого экрана (*display*), в концепции Кейси, играет музейный дизайн. Он действует в качестве посредника в коммуникации зрителя и музейного предмета, позволяя интерпретировать предмет, наделяя его значением, определяя его место в экспозиционной иерархии. Кейси сводит музейную практику к трем основным типам – «законодательный музей», «интерпретирующий музей» и «перформативный музей», отмечая, что они сосуществуют в современной практике. Законодательный музей, т.е. наделяющий объект статусом исключительности, рождается вместе с музеем, т.е. на рубеже XVIII–XIX веков. Напомним, что ранние музеи и галереи не имели привычных нам этикеток, важен был сам факт попадания произведения в коллекцию. На рубеже XIX–XX веков появился интерпретирующий музей, который разъясняет зрителю роль и значение музейного объекта (этикетками, экспликациями, сопроводительными брошюрами), а с 1990-х годов можно говорить о перформативном музее, который предлагает зрителю вместо почтительного созерцания шедевров или изучения экспонатов – игру, участие, интерактив. В то же время, по мнению В. Кейси, интерактивность иллюзорна. При всей внешней подвижности внутренне зритель

остается статичным, с ним практически не происходит каких-либо изменений под влиянием «взгляда» музейного предмета или других посетителей. Все это приводит к размыванию дидактической функции музея, которая была значительно более выражена в законодательном и интерпретирующем типах. Роль же дизайна при переходе от одного типа к другому заметно возрастает. Так, в перформативном музее происходит триумф музейного дизайна и музейный объект, порой, подчинен экрану, а иногда даже исключен в пользу экрана, макета, реконструкции.

Некоторое сходство с пониманием музейного дизайна как экрана, имеет взгляд на него как на раму (фрэйм). Так, О.Ю. Тарасов [20], опираясь на Ж. Лакана, в особенности на его концепцию визуального семантического поля, полагает, что в основе музейной экспозиции лежит понимание взгляда как «уже имеющейся в обществе знаковой системы структурирования окружающего мира» [20, с. 13]. Более того, музей не только направляет наш взгляд на культурное наследие, но и воздействует на восприятие, т.к в его залах и витринах «выстраиваются способы объяснения истории, присущие той или иной эпохе» [20, с. 14]. Таким образом, сам показ и способы музейного «обрамления» не только отражают, но и непосредственно задают смысловую рамку (фрейм) восприятия.

С точки зрения музейной коммуникации (понятие Д. Кемерона [26]) музейный предмет выступает источником послания/сообщения, а зритель – получателем. Согласно Е.Н. Мастенице, основные принципы коммуникационного подхода связаны с отходом от идеи самоценности предмета в пользу субъекта восприятия (зрителя, посетителя); с признанием роли знаков и символов, а не только материальных объектов, в качестве носителей культурных норм; признанием множественности моделей восприятия, т.е. ориентации на разноеобразие зрителей, их желаний, установок, потребностей, а не универсальную норму [14, с. 297–298]. Музей, руководствующийся такими принципами, назван «понимающим музеем» [14, с. 300]. Он не столько информирует, сколько апеллирует к эмоциональному опыту, вовлекает в диалог, смещает акцент в демонстрации предмета на интерпретацию, нарратив. Вследствие этого меняются организация музейного пространства, способы показа, принципы отбора вещей в экспозиции, которая «является одним из основных каналов коммуникации музея» [11, с. 11], т.е. на роль

дизайна. В отличие от В. Кейси, которая указывает, что в перформативном музее при интерактивном подходе утрачивается воспитательная функция, Е.Н. Мастеница видит в коммуникативной доминанте перспективу дальнейшего развития.

Из понимания музейного дизайна как посредника в коммуникации зрителя и музея естественным образом вытекает его восприятие как элемента семиотической системы. Например, Н.А. Никишин предлагает считать, что «в основе музея лежит особая знаковая система или «язык» [18, с. 24], который состоит из нескольких знаковых подсистем. Конечно же, основной является подсистема, в которой в качестве знаков выступают музейные предметы – это словарь музейного языка. Автор также называет и другие подсистемы: вербальный язык, экспозиционный дизайн, различные графические построения, аудиовизуальные средства, языки театра и обучающих манипуляций. Все они сообщают зрителю некоторые факты или интерпретируют их, пробуждают эмоции. Раскрывая структуру музейного дизайна как одной из знаковых подсистем, Никишин перечисляет ее знаки: «конструкция музейного оборудования, виды используемых для его изготовления материалов, технологические особенности его обработки, соотношения пропорций и масштабов, света и тени и т.п.» [18, с. 25]. К этим же знакам могут быть отнесены используемые шрифты, карты, схемы и различные декоративные графические приемы оформления экспозиционного пространства, часто применяемые для облегчения ориентировки посетителей в экспозиционном материале. Автор отмечает, что преимущество дизайна «в сравнении с другими подязыками музея состоят в том, что в качестве одного из важных элементов своей знаковой подсистемы он использует внешний облик самих музейных предметов» [18, с. 28] и, при относительной самостоятельности музейных предметов и дизайна, они имеют общую область в той части экспозиции, которая и находится в центре внимания посетителей.

Еще один взгляд на музейный дизайн предлагает сценарный подход, при котором создатели новой экспозиции проговаривают комплекс эмоциональных реакций и чувств, которые рассчитывают пробудить в посетителе. «Разрабатывая сценарную структуру, экспозиционер, обладающий образным мышлением, по сути, сочиняет пьесу на ту или иную историческую тему и отбирает не только будущих «действующих лиц», но и «исполнителей»

[19, с. 57], – утверждает Т.П. Поляков и определяет музейный дизайн (точнее, художественное решение экспозиции) как воплощение сценарной концепции в пластическом произведении. Тезис о том, что «внешне неопределенный музейный предмет» назначает или опровергает свое содержание только став участником «экспозиционно-художественного спектакля», по сути, ставит роль музейного дизайна выше роли музейного предмета.

Подводя итог, отметим, что этапы концептуализации музейного дизайна совпадали с периодами активного роста музеев и одновременно со сменой социально-политического климата, который во-многом, диктовал новые задачи музеям и экспозициям, а также с трансформациями самой профессии музейного дизайнера (хотя именованная деятельность имеет свою историю). В самой же концептуализации можно выделить три основных подхода. Первый, пришедшийся на 1920–

1930-е годы, связан с легитимацией музейного дизайна как просветительского и политического инструментария. Второй – 1960–1980-е – претендует на утверждение музейного дизайна в качестве художественной деятельности, а экспозиции в статусе произведения искусства. Третий, начавшийся в 1990-е, идет несколькими потоками. Один из них – это переинтерпретация привычной деятельности по художественному оформлению экспозиций в новых терминах теории коммуникации, семиотики, что имплицитно подразумевает приоритет музейного предмета на фоне дизайна. Другой – в критическом анализе пространства музея, в котором музейный дизайн претендует на роль активного субъекта в производстве значений и смыслов. Третий – в легитимации музейного дизайна как активного субъекта производства смыслов и перевода теоретического инструментария в реальную практику.

Список литературы:

- [1] Аветиков А., Мастеров Б. Д. Экспозиционное оборудование музеев. – М., 1966;
- [2] Длугач В.В., Зайцева Т.И. Современное музейное оборудование. – М.: Информкультура, 1980.
- [3] Дружинин Н.М. Методы историко-революционной экспозиции // Музей Революции СССР. – 1927, Вып. 1. – С. 23–33.
- [4] Елисева В.А. К вопросу о методе тематического показа (Интерпретация метода учеником Ф.И. Шмита С.С. Гейченко в литературно-мемориальном заповеднике А.С. Пушкина) // Сборник статей / Под ред. М.Б. Пиотровского и А. Никановой. – СПб.: СПбГУ, 2006. – С. 66–86.
- [5] Искусство музейной экспозиции: сб. ст. / Науч. ред. и сост. Т.К. Стриженова. – М.: НИИК. – 1977, т. 45. – 192 с.
- [6] Искусство музейной экспозиции и техническое оснащение музеев / Науч. ред. А.Д. Тимрот. – М.: [б. и.], 1985. – 131 с.
- [7] Искусство музейной экспозиции: современные тенденции архитектурно-художественных решений: сб. науч. трудов. – М., 1982. – 119 с.
- [8] Киселев В.В., Мастеров Б.Д. Сборно-разборное оборудование для передвижных музейных фондов. – М.: Науч.-исслед. ин-т культуры, 1972. – 40 с.
- [9] Куклинова И.А. Французские естественноисторические коллекции XVIII в. в процессе формирования новоевропейской научной картины мира // Вопросы музеологии. – 2015, № 1 (11). – С. 3–11.
- [10] Майстровская М.Т. Музеи революционной России [Эл. ресурс] // Культурно-просветительский журнал «Дельфис». – 2016, № 87 (3). – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.delphis.ru/journal/article/muzei-revoljucionnoi-rossii> (08.11.2017)
- [11] Майстровская М.Т. Музейная экспозиция: тенденции развития // Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века: сб. науч. тр. / Отв. ред. М.Т. Майстровская. – М.: НИИ культуры, 1997. – С. 7–22
- [12] Майстровская М.Т. Очерк развития современного экспозиционного дизайна (музеи искусств) // Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века: сб. науч. тр. / Отв. ред. Н.А. Никишин. – М.: НИИ культуры, 1989. – С. 50–65.
- [13] Майстровская М.Т. Художественно-композиционные основы и тенденции формирования оборудования экспозиций музеев изобразительных и прикладных искусств: Опыт обоснования концепции / Дисс. ... канд. искусствоведения. – М., 1987. – 202 с.
- [14] Мастеница Е.Н. Эвристический потенциал коммуникационного подхода в музееведении // Современные проблемы межкультурных коммуникаций: сб. статей / Науч. ред. Е.П. Борзова, Г.М. Оганян. – СПб.: СПбГУКИ, 2007. – С. 295–302.
- [15] Михайловская А.И. Музейная экспозиция. Организация и техника. – М.: Советская Россия, 1964. – 518 с.
- [16] Музейная эстетика и архитектура музеев: сб. науч. тр. / Под ред. А.М. Михайловской. – М.: Советская Россия, 1972. – 272 с.
- [17] Никифорова Л.В. Чертоги власти. Дворец в пространстве культуры. – СПб.: Искусство-СПБ, 2011. – 703 с.
- [18] Никишин Н. А. Музейные средства: знаки и символы // Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века: сб. науч. тр. / Отв. ред. М.Т. Майстровская. – М.: НИИ культуры, 1997. – С. 23–32.

- [19] Поляков Т.П. Как делать музей? (О методах проектирования музейной экспозиции). – М.: Изд-во Российского института культурологии, 1997. – 174 с.
- [20] Тарасов О.Ю. Рама и образ. Риторика и обрамление в русском искусстве – М.: Прогресс-традиция, 2007. – 447 с.
- [21] Фармаковский М.В. Техника экспозиции в историко-бытовых музеях. – Л.: Государственный Русский музей, 1928. – 82 с.
- [22] Федоров-Давыдов А.А. Экспозиция художественных музеев // Труды Первого Всероссийского музейного съезда. – М., 1930. – С. 7–82.
- [23] Художественное оформление музеев: сб. научн. трудов. – М.: НИИ музееведения, 1965. – 279 с.
- [24] Шляхтина Л.М., Мастеница Е.Н. Становление и развитие музееведческой мысли в трудах Ф.И. Шмита // Собор лиц: Сборник статей / Под ред. М.Б. Пиотровского и А. Никоновой. – СПб: СПбГУ, 2006. – С. 32–40.
- [25] Шмит Ф. И. Музейное дело. Вопросы экспозиции // Шмит Ф. И. Избранное. Искусство: Проблемы теории и истории – СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2012. – 912 с.
- [26] Cameron D. A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education // Curator. – 1968, vol. 11. – P. 33–40.
- [27] Casey V. The Museum Effect: Gazing from Object to Performance in the Contemporary Cultural-history Museum. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.archimuse.com/publishing/ichim03/095C.pdf> (25.10.2017)
- [28] Marstine J. (ed.) *New Museum Theory and Practice: An Introduction*. – Oxford: Blackwell Publishing, 2006. – 338 p.
- [29] Nikiforova L. «Initial Palaces» of the Romanov Dynasty: Historical Fiction and the Emergence of Historic House-Museums in 19-th Century // The NORDIC Conference for Art History. Theses. – 2012. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://nordicarhistory.org/archives/nordik-2012-sessions/all-the-sessions-2> (12.10.2017)
- [30] Vergo P. (ed.) *The New Museology*. – London, 1989.