

■ ■ ■ Событийная коммуникация музеев университетов и научных организаций (на примере акции «Ночь музеев – 2024» в Санкт-Петербурге)

Арканникова М.С.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению событийной коммуникации на примере участия во всероссийской акции «Ночь музеев» музеев университетов и научных организаций Санкт-Петербурга в 2024 году. Социологический опрос петербуржцев показал достаточную осведомленность об акции «Ночь музеев»: каждый второй знает как об акции, так и о ее проведении в 2024 году в Северной столице. Однако желающих принять участие в ней в 2024 году не превысило 20%, тем более посетить музеи вузов и учреждений науки (2%). Анализируя категорию «событийная коммуникация» на стыке методологических подходов политологии и дискурсологии, автору представляется перспективным изучение взаимовлияния трех дискурсивных конструктов: музейный дискурс – дискурс государственной политики памяти – дискурс национальной идентичности, рассматриваемых применительно к современным политическим реалиям России в контексте реализации стратегии национальной безопасности.

Ключевые слова: событийная коммуникация, университетский музей, корпоративный музей, музейный дискурс, коммуникативные эффекты, политика памяти, политика идентичности, ночь музеев

Для цитирования: Арканникова М.С. Событийная коммуникация музеев университетов и научных организаций (на примере акции «Ночь музеев – 2024» в Санкт-Петербурге) // Коммуникология. 2024. Том 12. № 3. С. 83-92. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-3-83-92.

Сведения об авторе: Арканникова Марина Сергеевна – кандидат политических наук, доцент, директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, докторант института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, член Экспертного совета Комитета Государственной Думы Российской Федерации по молодежной политике. Адрес: 195251, Россия, г. Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29. E-mail: arkann_ms@spbstu.ru. ORCID: 0000-0002-2490-8406.

Статья поступила в редакцию: 02.07.2024. *Принята к печати:* 19.08.2024.

Введение. Сентябрь 2023 года стал точкой отсчета нового этапа в развитии музеев средних специальных и высших учебных заведений, а также научных ор-

Конфликт интересов: отсутствует.

ганизаций России: в Государственной Думе Российской Федерации в первом чтении рассматривался законопроект о правовом статусе данных музеев. В настоящее время по разным данным в 4488 ссузах, 708 вузах и 352 научных организациях России работают более 300 музеев различной юридической формы, в которых хранятся свыше 3,3 млн. музейных предметов, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации¹. По мнению инициаторов законопроекта², официальный статус музеев создаст качественно новые условия не только по сохранению и реставрации ценных экспонатов, находящихся в фондах музеев образовательных и научных организаций, но и позволит реализовывать данным субкультурным институциям³ качественно иные стратегические коммуникации в контексте национальной безопасности страны⁴ [Арканникова 2022; 2023; Гавра, Арканникова 2024].

Теоретико-методологические подходы. По мнению автора, стратегическая задача музеев университетов и научных организаций в современном прочтении – хранить и формировать смыслы, сформулированная еще Вильгельмом фон Гумбольдтом а, по существу, главное отличие данных музеев от других социальных институтов, которое подчеркивает его потенциал в логике когнитивного суверенитета/капитала страны и обуславливает его право на развитие как национального достояния. В данном контексте следует отметить работы группы исследователей уральской школы дискурсологии под руководством О.Ф. Русаковой [Русакова 2022; 2023], московских и петербургских ученых под руководством И.С. Семененко, А.А. Тесли, С.Т. Золяна, Г.Л. Тульчинского [Идентичности... 2022; Идентичность... 2023], представляющие интерес с точки зрения осмысления концептов «идентичность», «политика идентичности», «политика памяти».

¹ По данным на 30.06.2024 года в базе Государственного каталога Музейного фонда Российской Федерации зарегистрировано более 44,9 млн. экспонатов, разделенных по коллекциям: живопись, графика, скульптура, нумизматика, археология, редкие книги, декоративно-прикладное искусство, естественно-научные предметы, техника, фотографии и негативы, минералогия и др.

² Законопроект готовился при участии Совета сторонников партии «Единая Россия», Экспертных советов профильных комитетов Государственной Думы Российской Федерации, Минобрнауки России, Минкультуры России и Минпросвещения России при поддержке Российского исторического общества.

³ О различии музея как институции и музея как института см.: Менш П. Ван. К методологии музеологии. СПб., 2014. С. 275–276. Опираясь на концепцию институционализации голландского социолога А. Зийдервельда, впервые применимую П. Ван Меншем к музейной практике, автор разделяет в данной работе музей как институт и музей как институцию (в том числе музей образовательных и научных учреждений или корпоративный музей), как «структурную категорию, которую эмпирически можно наблюдать лишь в форме исторически и социокультурно определенного института». См.: Там же. С. 275.

⁴ Согласно Указу Президента РФ от 02.07.2021 года № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

В рамках данной работы, вслед за авторской интерпретацией М. Хайдеггера [Хайдеггер 1993, 2003], событийные коммуникации будем рассматривать как асимметричную двустороннюю модель коммуникации [Grunig, 1989] как одну из разновидностей социально-коммуникативных практик [Фуко 1996, 2006; Baudrillard 1970] базисного субъекта PR, включенную в его стратегические коммуникации [Гавра 2024] с целью влияния на сознание и поведение аудитории.

Символично-семиотический характер концепта в контексте философско-культурологического дискурса дополняется междисциплинарным осмыслением психологической природы событийной коммуникации в логике «игры» [Ортега-и-Гассет 2003], «будни – праздник» [Бахтин 1990], «когнитивных моделей специфических событий» [ван Дейк 2015: 199] «потенциально интересных для них» [Бурдые 2005]. Основанные на эстетике перфомансной, интерактивной и игровой коммуникации, такие модели формируют когнитивную основу индивидуальных дискурсов и интеракций, служат особой базой данных, с которым соотносится дискурс, и, таким образом, помогают создавать локальную и глобальную связность, основу взаимодействия между социальным и индивидуальным [ван Дейк 2015: 199], в ходе которой раскрываются/обновляются коммуникационные субстанции «бытия-с-другими» [Хайдеггер 2003: 141–143] и обусловленные ими коммуникативные эффекты. Событийная коммуникация базисного субъекта PR интерпретируется как разновидность социокультурного взаимодействия, осуществляемая социальными акторами в рамках конкретного общества и культуры по многообразным поводам (событиям) с разными целями и результатами в форме символического действия, обусловленного смысло- и ценностнообразующими эффектами [Смирнова 2016: 11].

Анализируя событийные коммуникации музеев университетов и научных организаций на примере всероссийской акции «Ночь музеев», автор предлагает рассматривать их как значимую социальную практику (отличную от повседневных практик) установления «прямого контакта с прошлым» [Хейзинга 1988, 1997] и когнитивного единства [Habermas 1984] на двух уровнях, как «Я-присутствия», так и «со-бытия с другими» [Хайдеггер 2003: 142], выполняющего социально-коммуникативные функции, которые формируют культурные коды и репрезентируют смыслы [Baudrillard 1970].

Результаты исследования и их обсуждение. «Ночь музеев» – ежегодная акция, приуроченная к Международному дню музеев, который празднуется 18 мая. Впервые акция была проведена в 1997 году в двенадцати музеях Берлина, вошедшая в историю как «Долгая ночь музеев» (Lange Nacht der Museen). Хотя идея праздника зародилась еще в 1970-х гг., когда в мае музеи Европы открывали свои двери для бесплатного посещения (акция «Весна музеев»), именно акция 1997 года получила широкую поддержку в мировом музейном сообществе (по разным данным на следующий год к акции присоединилось уже около 40 стран). Современное название – «Ночь музеев» – акция получила в 2005 году,

став международным музейно-выставочным проектом, утвержденным Советом Европы и поддержанным Международным Советом музеев (ICOM), в котором в настоящее время участвуют свыше 4 тыс. музеев более чем 40 стран.

В России впервые мероприятие состоялось в 2002 году в Красноярске, в честь 15-летнего юбилея Красноярского музейного центра. Санкт-Петербург впервые присоединился к международному проекту в 2006 году (11 музеев). В 2015 году «Ночь музеев» получила федеральный статус и стала проводиться централизованно, при поддержке Минкультуры России. Раз в год федеральные, ведомственные и частные музеи России открываются с 18.00–19.00 до 23.00–01.00, представляя посетителям специально подготовленные для акции программы и экспозиции в рамках либо заданной темы, либо цитаты, слова, мирового события. Так, например, в 2017 году главной темой акции было 100-летие революционных событий 1917 года, при этом в ряде музеев мероприятия были посвящены Году экологии в России, а в 2019 году был задан девиз «Живи в музее».

В 2024 году акция «Ночь музеев» прошла в Северной столице в ночь с 18 на 19 мая, объединяя более 130 музеев, галерей, библиотек, выставочных и концертных залов общей темой «Лексикон», 225-летия со дня рождения А.С. Пушкина и 80-летия освобождения Ленинграда от блокады. По данным организаторов, участие в акции приняли более 50 тыс. человек, которые могли посетить 3–4 площадки за ночь, поскольку некоторые из них работали до 06.00. Впервые в акции приняли участие 13 петербургских культурных институций, две из которых были университетскими музеями (Музей анатомии животных и Музей патологической анатомии и судебной ветеринарной медицины Санкт-Петербургского государственного университета ветеринарной медицины), один объект культурного наследия, находящийся в управлении университета (дом государственной службы Северо-Западного института управления – филиал РАНХиГС) и один музей научной организации (Музей-квартира академика И.П. Павлова Института физиологии имени И.П. Павлова РАН).

В первых двух музеях участникам предлагали расширить свои знания анатомии, детально рассмотреть внутренние органы, кости и мышцы, узнать о патологиях и болезнях не только домашних, но и экзотических животных. Проводником в этот мир стал латинский язык – универсальный язык естествознания и медицины, который уже более 2 тыс. лет обеспечивает профессиональную коммуникацию между учеными во всем мире. Дом государственной службы на Каменностровском проспекте 66, построенный в 1881–1883 гг. в стиле французского классицизма презентовали посетителям после масштабной реконструкции. У гостей была возможность стать участниками иммерсивного спектакля, полюбиться сохранившимися и отреставрированными архитектурными элементами здания, познакомиться с экспонатами научной библиотеки института и материалами виртуального музея государственной службы и управления, а также погрузиться в историю лексикона чиновника. В музее-квартире И.П. Павлова посетители увидели энтомологические коллекции великого ученого, полностью сохранен-

ную обстановку, игрушечную собачку, подаренную ему студентами-физиологами Кембриджского университета, вышитый наказ матери, ставший для него девизом на всю жизнь «Кто прям, тот упрям», а также узнали о его любви к музыке, труду и садоводству, о страстном желании дожить до 100 лет.

В рамках данной работы автор провел исследование, цель которого была выявить степень осведомленности жителей города об акции «Ночь музеев» в 2024 году. В задачи опроса входило выявить, какие университетские/научные музеи знают петербуржцы, понять, в какие музеи они готовы пойти, а также выяснить, что они ожидают от посещения данных музеев. В качестве гипотезы выступило утверждение, что жители города недостаточно осведомлены об участии музеев университетов и научных организаций Санкт-Петербурга в акции «Ночь музеев». Данная гипотеза основана на результатах опроса, проведенного автором в 2022 году [Арканникова, 2022], который показал низкую осведомленность о корпоративных музеях города. Так, петербуржцы (28%) знали Музей железных дорог России, Музейный комплекс при ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» «Вселенная воды», музей истории пивоварения завода «Балтика» а также университетские музеи: Музей Оптики Университета ИТМО, Санкт-Петербургский музей Горного университета (СПбГУ императрицы Екатерины II), Музей истории СПбПУ. Гости города знали корпоративные музеи чуть лучше (35%), и почти все из указанных респондентами музеев принадлежат промышленным предприятиям (наряду с упомянутыми выше: Интерактивный центр истории ГУП «Петербургский метрополитен», Музей АО «НИИ телевидения», Музей электричества (при ПАО «Россети Ленэнерго»), Музей металлургической промышленности ПАО «Северсталь», Музей истории и техники ОАО «Кировский завод»).

Опрос проводился в период с 9 по 18 мая 2024 года (выборка: 1600 человек¹). Метод опроса: онлайн-анкетирование с помощью google-форм; техника опроса: очная встреча с респондентами в общественных местах (привокзальные площади, территории у станций метро с высоким пассажиропотоком, улицы города), в ходе которой им предлагалось пройти небольшой онлайн-опрос. Исследование проводилось в формате опроса-молнии (опроса-голосования), который предполагает ответы на 3–4 вопроса для зондажа общественного мнения по исследуемой проблематике.

Исследование показало, что, петербуржцы достаточно осведомлены об акции «Ночь музеев» (64%). Уже имеют опыт участие в ней (11%), а также планируют посетить мероприятия музеев в этом году (17%). Тех, кто планирует посетить ночные акции музеев отличает возраст 18–24 лет (33%) и 35–59 лет (23%). Петербуржца, никогда не бывавшего в музее ночью, отличают старший возраст (52% среди граждан старше 60 лет).

Из тех, кто планирует посетить музеи вузов и научных организаций всего 2%. Данные музеи представляют повышенный интерес для аудитории 18–24

¹ Опрос проводился при содействии студентов Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ГИ СПбПУ.

лет (61%). Среди часто упомянутых респондентами были Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской академии наук (МАЭ РАН), Музей Академии художеств и Музей судебной медицины (СЗГМУ им. И.И. Мечникова). Музеи, впервые принимающие участие в ночной акции 2024 года были названы не более одного-двух раз каждый. Из ожиданий от экспозиций и программ музеев университетских и научных организаций петербуржцы предпочли знакомство с историческими реликвиями, артефактами о которых они еще не знают (63%), участие в научно-познавательных мероприятиях (48%), увидеть технические изобретения студентов/выпускников/преподавателей/ученых (41%), интерактивность и мультимедийность (44%), удобство посещения/дорожную логистику (43%), познакомиться с историей университета (38%).

По существу, данное исследование показало, что всероссийская акция «Ночь музеев» не стала для музеев университетских и научных организаций Санкт-Петербурга значимым информационным поводом для событийной коммуникации. Исходя из всего количества участников акции (более 50 тыс. человек, по мнению организаторов), и количества музеев при вузах и научных организациях, принявших участие в 2024 году, по наблюдению автора их посетило не более 3,5 тыс. человек (на разных площадках было примерно от 100 до 300 посетителей), что составляет менее 10% от общего числа посетителей.

Сегодня в Санкт-Петербурге по разным данным находится более 20 музеев при высших учебных заведениях и более 15 при научных организациях. Среди них можно отметить Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской академии наук (МАЭ РАН), Музей Академии художеств, Санкт-Петербургский музей Горного университета (СПбГУ императрицы Екатерины II), 12 музейных комплексов СПбГУ, Музей истории СПбПУ, Музей Гражданской авиации (СПбГУГА), Музей судебной медицины (СЗГМУ им. И.И. Мечникова), Мемориальный музей-квартира А.С. Попова (СПбГЭТУ «ЛЭТИ»), Музей СПбГУТ им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, Музей прикладного искусства СПГХПА им. А.Л. Штигица и др.

Безусловно, следует отметить конкурентные преимущества на стороне топовых музеев, которые прежде всего хотели посетить петербуржцы и гости города в ночь с 18 на 19 мая (Государственный Эрмитаж, Государственный Русский музей, Российский этнографический музей, Военно-исторический музей артиллерии, инженерных войск и войск связи, Российский государственный музей Арктики и Антарктики, Музей космонавтики и ракетной техники имени В.П. Глушко, Музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме и др.)

Вместе с тем, следует отметить, что социологические исследования показывают растущий год от года интерес россиян к музеям¹: ходить в них чаще хоте-

¹ В данной логике следует отметить, что согласно исследованию ВЦИОМ россияне также стали чаще ходить в театр. См. подробнее: Весь мир – театр! // ВЦИОМ, 6.02.2024 [эл. ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ves-mir-teatr> (дата обращения: 30.06.2024).

ли бы скорее женщины (70%), чем мужчины (61%), которые признаются, что желания посещать музеи у них нет (19% vs. 10% среди женщин). Так, согласно данному исследованию ВЦИОМ¹ от июня 2024 года, россияне достаточно активно посещают музеи, каждый второй (48%) был там в течение последних пару лет, в том числе 17% совсем недавно – в течение последних нескольких месяцев. С 2018 года показатель остается на уровне 44–48%, тогда как в более ранний период наблюдений (с 2008 года) он был заметно ниже – 23–38%. Четверо из десяти (40%) бывали в музее несколько лет назад, каждый десятый (10%) никогда не был.

Россиянин, посещавший музей в последние пару лет, – это скорее женщина (53% vs. 43% среди мужчин), совсем юная (67% среди зуммеров) или довольно молодого возраста (55–60% в группе миллениалов), с высшим или незаконченным высшим образованием (63%), с хорошим материальным положением (55%), проживающая в одной из столиц (73%) или крупном городе (миллионники – 56%, города с численностью 500–950 тыс. чел. – 59%), активный потребитель Интернета (60%). Россиянин, посещавший музей несколько лет назад, – это скорее мужчина (46% vs. 35% среди женщин), старшего возраста (48–55% среди поколения застоя и оттепели), с неполным средним (46%) или средним специальным (48%) образованием, с плохим материальным положением (45%), житель села (45%), активный телезритель (52%). Россиянин, никогда не бывавший в музее, – это в равной степени мужчина и женщина (9% и 10% соответственно), чаще это младшие миллениалы (14%), с неполным средним или полным средним образованием (35% и 22% соответственно), житель села (19%), предпочитающий Интернету телевидение (21%). ВЦИОМ также выяснил топ-3 наиболее привлекательных для наших сограждан музеев, ими оказались музеи исторические (63%), художественные (44%) и краеведческие (35%).

Заключение. Завершая исследование следует заключить, что всероссийскую акцию «Ночь музеев» можно отнести к устоявшейся когнитивной форме политики идентичности / политики памяти в Российской Федерации. То есть, когнитивная емкость всероссийской акции «Ночь музеев» обуславливает ряд самых разных стимулов для современной музейной практики. В более широком теоретико-методологическом смысле мы ведем речь о событийной коммуникации музеев на примере всероссийской акции «Ночь музеев» как о когнитивном интеграторе, который имплицитно присутствуя в дискурсе политики памяти служит ресурсом «инфраструктуры памяти», коммеморативной практикой, регламентируемой ведущими заинтересованными акторами – музейная институция и государство.

Вместе с тем, исследование показывает, что в текущей ситуации музеям университетов и научных организаций Санкт-Петербурга следует переосмыслить когнитивный потенциал событийной акции «Ночь музеев» и в целом ценностно-смысловые установки стратегических коммуникаций базисных субъектов PR.

¹ Пошли в музей? // ВЦИОМ, 20.06.2024 [эл. ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/poshli-v-muzei> (дата обращения 30.06.2024).

Источники

- Арканникова М.С. (2023). Стратегические коммуникации корпоративных музеев как инструмент продвижения национальных интересов страны // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. Т. 2. № 2. С. 65-77.
- Арканникова М.С. (2022). Стратегические коммуникации музейных институций // Коммуникология. Т. 10. № 4. С. 35-47.
- Бахтин М.М. (1990). Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература.
- Бурдые П. (2005). Социальное пространство: поля и практика / Пер. с франц. СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии.
- Ван Дейк Т.А. (2015). Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
- Гавра Д.П. (2024). Трансформация стратегических коммуникаций в глубоко медиатизированном социуме // Медиа в современном мире. 63-ие Петербургские чтения: Сборник материалов Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2024 года. СПб.: Медиапапир.
- Гавра Д.П., Арканникова М.С. (2024). Музейный дискурс в системе национальной безопасности в условиях информационного противостояния: к постановке проблемы // Коммуникология. Т. 12. № 1. С. 144-155.
- Ортега-и-Гассет Х. (2002). Восстание масс / Пер. с исп. М.: Издательство АСТ.
- Русакова О.Ф. (2023). К вопросу о понятии «режим политики памяти»: методологический анализ // Дискурс-Пи. Т. 20. № 1. С. 27-45.
- Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г., Моисеенко Я.Ю. (2022). Дискурс политики памяти: исследование символических аспектов // Дискурс-Пи. Т. 19. № 2. С. 154-171.
- Семененко И.С., Лапкин В.В., Морозова Е.В. и др. (2023). Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля. М.: Издательство «Весь Мир».
- Смирнова А.Ю. (2016). Событийные коммуникации в культуре постмодерна: культурфилософский анализ. Автореф. дис. ... канд. фил. наук. М.
- Тесля А.А., Тульчинский Г.Л., Золян С.Т. и др. (2022). Идентичности: семиотика репрезентации и прагматика позиционирования. Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта.
- Фуко М. (1996). Археология знания / Пер. с франц. Киев: Ника-Центр.
- Фуко М. (2006). Дискурс и истина / Пер. с англ. А.М. Корбута. Минск.: Пропилеи.
- Хайдеггер М. (2003). Бытие и время / Пер. с нем. В.В. Библихина. Харьков: Фолио.
- Хайдеггер М. (1993). Время и бытие: статьи и выступления / Пер. с нем. В.В. Библихина. М.: Республика.
- Хейзинга Й. (1988). Осень Средневековья / Пер. с нидерланд. Д.В. Сильвестрова. М.: Наука.
- Хейзинга Й. (1997). Homo Ludens. Статьи по истории культуры / Пер. с нидерланд. Д.В. Сильвестрова. М.: Прогресс-Традиция.
- Baudrillard J. (1970). La société de consommation: Ses mythes, ses structures. Paris: Denoël.
- Grunig J.E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. In: Public Relations Theory. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Habermas J. (1984). The theory of communicative action. Boston: Beacon Press.

■ ■ ■ Event Communication of University Museums and Scientific Organizations (based on the experience of the “Night of Museums – 2024” in St. Petersburg)

Arkannikova M.S.

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia.

Abstract. The article is devoted to the consideration of event communication using the example of participation in the all-Russian event “Night of Museums” by museums of universities and scientific organizations of St. Petersburg in 2024. A sociological survey of St. Petersburg residents showed sufficient awareness of the “Night of Museums” event: every second person knows both about the event and about its holding in 2024 in the Northern capital. However, those wishing to take part in it in 2024 did not exceed 20%, especially to visit museums of universities and scientific institutions (2%). Analyzing the category ‘event communication’ at the intersection of methodological approaches of political science and discourse science, the author considers it promising to study the mutual influence of three discursive constructs: museum discourse – discourse of state memory policy – discourse of national identity, considered in relation to modern political realities of Russia in the context of the implementation of the national security strategy.

Keywords: event communication, university museum, corporate museum, museum discourse, communication effects, politics of memory, politics of identity, night of museums

For citation: Arkannikova M.S. (2024). Event communication of university museums and scientific organizations (based on the experience of the “Night of Museums – 2024” in St. Petersburg). *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 3. P. 83-92. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-3-83-92.

Inf. about the author: Arkannikova Marina Sergeevna – CandSc (Polit.), associate professor, Director of the Higher School of Media Communications and Public Relations of the Institute for the Humanities of the Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, doctoral student of the Institute of the Higher School of Journalism and Mass Communications of the St. Petersburg State University. *Address:* 195251, Russia, St. Petersburg, Politekhnikeskaya st., 29. *E-mail:* arkann_ms@spbstu.ru. *ORCID:* 0000-0002-2490-8406.

Received: 02.07.2024. *Accepted:* 19.08.2024.

References

- Arkannikova M.S. (2022). Strategic communications of museum institutions. *Communicology*. Vol. 10. No. 4. P. 35-47 (in Rus.).
- Arkannikova M.S. (2023). Strategic communications of corporate museums as a tool for promoting the country’s national interests. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva*. Vol. 2. No. 2. P. 65-77 (in Rus.).
- Bakhtin M.M. (1990). The works of Francois Rabelais and the folk culture of the Middle Ages and the Renaissance. Moscow: Hudozhestvennaya literatura (in Rus.).

- Baudrillard J. (1970). The consumer society: its myths, its structures. Paris: Denoël (in Fr.).
- Bourdieu P. (2005). Social space: fields and practice (transl.). SPb: Aletheia; Moscow: Institute of Experimental Sociology (in Rus.).
- Foucault M. (1996). Archaeology of knowledge (transl.). Kiev: Nika-Centr (in Rus.).
- Foucault M. (2006). Discourse and truth (transl. A.M. Korbut). Minsk: Propilei (in Rus.).
- Gavra D.P. (2024). Transformation of strategic communications in a deeply mediatized society. In: Media in the Modern World. 63rd St. Petersburg Readings: Collection of Materials from the International Scientific Forum. In 2 volumes, St. Petersburg, April 18–20, 2024. St. Petersburg: Mediapapir (in Rus.).
- Gavra D.P., Arkannikova M.S. (2024). Museum discourse in the national security system in the context of information confrontation: toward a problem statement. *Communicology*. Vol. 12. No. 1. P. 144-155 (in Rus.).
- Grunig J.E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. In: Public Relations Theory. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Habermas J. (1984). The theory of communicative action. Boston: Beacon Press.
- Heidegger M. (1993). Time and Being: Articles and Speeches (transl. V.V. Bibikhin). Moscow: Respublika (in Rus.).
- Heidegger M. (2003). Being and Time (transl. V.V. Bibikhin). Kharkov: Folio (in Rus.).
- Huizinga J. (1988). Autumn of the Middle Ages (transl. D.V. Silvestrov). Moscow: Nauka (in Rus.).
- Huizinga J. (1997). Homo Ludens. Articles on the history of culture (transl. D.V. Silvestrov). Moscow: Progress-Tradiciya (in Rus.).
- Ortega y Gasset H. (2002). The Revolt of the Masses (transl.). Moscow: AST Publishing House (in Rus.).
- Rusakova O.F. (2023). On the concept of the “Memory Policy Regime”: a methodological analysis. *Discourse-P*. Vol. 20. No. 1. P. 27-45 (in Rus.).
- Rusakova O.F., Gribovov E.G., Moiseenko Y.Y. (2022). The discourse of memory politics: research of symbolic aspects. *Discourse-P*. Vol. 19. No. 2. P. 154-171 (in Rus.).
- Semenenko I.S., Lapkin V.V., Morozova E.V. et al. (2023). Identity: personality, society, politics. New outlines of the research field. Moscow: Publishing House “Ves Mir” (in Rus.).
- Smirnova A.Y. (2016). Event communications in postmodern culture: a cultural and philosophical analysis: Author’s thesis. Moscow (in Rus.).
- Teslya A.A., Tulchinsky G.L., Zolyan S.T. et al. (2022). Identities: semiotics of representation and pragmatics of positioning. Kaliningrad: Immanuel Kant Baltic Federal University (in Rus.).
- Van Dijk T.A. (2015). Discourse and power: representation of dominance in language and communication (transl.). Moscow: LIBROKOM Book House (in Rus.).