

**МУЗЕЙ В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНИЙ СТАН
І ПЕРСПЕКТИВИ ІНСТИТУЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
(на основі досвіду церкви)**

Мета дослідження – висвітлення актуального стану музейної інституції та перспектив її розвитку в Україні. **Методологія:** компаративний аналіз музею і церкви на основі "Ефекту Лінді". **Наукова новизна.** Вперше здійснено спеціальне наукове порівняння інститутів церкви. Дістала подальшого розвитку точка зору про те, що тенденція до екстрактивної комерціалізації, атрактизації, політизації діяльності музею не є інноваційною, оскільки маргіналізує сутність музейної роботи, що полягає у створенні репрезентацій минулого, що відображають суспільний досвід. **Висновки.** За "Ефектом Лінді", музеї, з високою долею імовірності, існуватимуть ще не менше, ніж три століття. За аналогіями із історії християнської церкви, було виділено групи музейників: кіновіти (справжні музейні фахівці – практики, котрі працюють для суспільства), анахорети (переважно музеєзнавці, відірвані від музейної практики та (або) один від одного), сарабаїти (мімікуючі музейники, що під прикриттям авторитету музею задовольняють власні матеріальні потреби, незважаючи на шкідливі для інституції наслідки) та гироваги (як правило, молоді музейні фахівці, що хочуть бути кіновітами, проте не можуть ними бути через сарабаїтів та надто низьку зарплату, тому працюють у музеї або тимчасово, або неповний робочий день).

Ключові слова: музей, музейництво, інституційна ідентичність музею, церква, Ефект Лінді, криза, сарабаїти, гироваги, кіновіти, анахорети.

Руденко Сергей Борисович, кандидат культурологии, докторант Киевского национального университета культуры и искусств

Музей в Украине: современное положение и перспективы институционального развития (базируются на опыте церкви)

Цель исследования – раскрыть актуальное состояние музейной институции и перспективы её развития в Украине. **Методология:** компаративный анализ музея и церкви на основании "Эффекта Линди". **Научная новизна.** Впервые осуществлено специальное научное сравнение институтов музея и церкви. Представлены новые аргументы в пользу того, что экстрактивная коммерциализация, атрактизация, политизация музейной деятельности не является инновационной, так как сводит на нет основное музейное предназначение – создание репрезентаций прошлого, которые отражают общественный опыт. **Выводы.** Согласно "Эффекту Линди", с высокой долей вероятности можно говорить о том, что музеи просуществуют еще не меньше, чем три столетия. В соответствии с историческими аналогиями (устав святого Бенедикта), были выделены следующие группы музейщиков. Киновиты – настоящие музейные специалисты – практики, которые работают для общества. Анахореты – преимущественно музееведы, которые оторваны от музейной практики и (или) друг от друга. Сарабаиты – мимикрирующие музейщики, которые прикрываясь авторитетом музейной институции, удовлетворяют собственные материальные потребности даже в том случае, если их действия наносят вред институции. Гироваги – как правило, молодые музейные профессионалы, которые намереваются стать киневитами, но не могут из-за сарабаитов и несправедливо низкой оплаты труда. Поэтому они работают в музее или временно, или неполный рабочий день.

Ключевые слова: музей, искусство музейной репрезентации, институциональная идентичность музея, церковь, Эффект Линди, кризис, сарабаиты, гироваги, киневиты, анахореты.

Rudenko Serhii, Ph.D in Culturology Doctor's degree applicant, Kyiv National University of Culture and Arts

Museum in Ukraine: present and predictable future of the institution (using experience of the church)

Purpose of the article. Detecting of the present condition of museum institution and predicting of its future in Ukraine. **Methodology.** Comparative analysis of museum and church using knowledge about Lindy effect. **Scientific novelty.** For the first time done unique scientific compare between church and museum. Further developing gained the point of view, that extractive commerce, entertainment, political expediency in museum practice are not innovative, transform museums to the backward institution. This practice obscures the goal of the museum – creating of peculiar representations of the past, that accumulate, analysis and present of social experience. **Conclusions.** According to Lindy effect, museums life expectancy is no less than 300 years. For analogy with church (Benedict's rules), we've can highlight such groups of museum workers – cenobites (indeed museum specialists – practices, that working for society), anchorites (mainly, museologists, detached from museum practice and (or) each other), sarabaits (false museum specialist, that looking for "gain") and gyrovagues (as a rule, young museum specialists, who want to be cenobites, but can't do it, because of sarabaits and meager salary; they are working temporarily or non-full-time at museum). After all, museums, filled up Sarabaits, degrades.

Key words: museum, museum craft, the institutional identity of the museum, church, Lindy effect, crisis, cenobites, anchorites, sarabaits, gyrovagues.

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі, проблема інституційної ідентичності музею стоїть особливо гостро. З боку державних органів та суспільства загалом, роль музею як закладу культури ставиться під сумнів. Нове соціальне призначення музею залишається нез'ясованим. Для вирішення цієї проблеми, науковці вдаються до аналогій. Чи не найбільш поширеними є порівняння музею та церкви. Подекуди йдеться про спільні риси цих інституцій (М.Федоров [13]), в інших випадках

музеї розглядаються з позиції утвердження "уявлених спільнот" (Б.Андерсон [5]), а, отже, й особливої націоналістичної "релігії". Дослідник музейної комунікації Д.Камерон [1, 2] виділяє музей-храм (місце поклоніння пам'яткам та догмам, підтвердженням яких культурні цінності слугують) та музей-форум (де минуле дебатуються із активним залученням не лише фахівців, а й усіх верств відвідувачів). Подібним чином розглядав художні музеї К.Хадсон, котрий, до того ж, порівнював музейну справу із християнством, зазначаючи, що і те й інше має глибоко вкорінені національні риси [14, 11]. Т.Шола [15] зазначав, що ритуали, характерні для церкви, в музеї є причиною так званого "музейного спліну" (нудьги). Проте, на відміну самокатування, характерного для релігійних обрядів, музейні "тортури" (відсутність зручних сидінь, неякісний етикетаж, біль у спині та різь в очах, які охоплюють відвідувачів десь ближче до середини екскурсії або й від самого її початку) не призводять до "просвітлення", а, навпаки, відвертають людей від музеїв. Всі ці дослідники використовували поняття церкви, храму як метафору (крім М. Федорова). Було б перебільшенням, услід за Федоровим говорити про своєрідне взаємопроникнення цих інституцій – переростання храму в музей, а музею у храм. В той же час, історія церкви може дати матеріал для роздумів щодо ідентичності та перспектив розвитку музейної інституції.

Мета дослідження – висвітлення актуального стану музейної інституції та перспектив її розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення поставленої мети необхідно спиратися на надійні теоретико-методологічні засади. Тому, треба уточнити ключові поняття дослідження: "церква", "ефект Лінді" або "Лінді-ефект" та "музей".

В ході аналізу будуть використовуватися факти з історії християнської церкви. Мова йде про церкву як соціальний інститут – воно не стосується конкретних конфесій, течій, або ж певних храмів. Як саме факти з історії церкви можуть допомогти в осягненні явища музею, стає зрозумілим, розкривши друге ключового поняття дослідження – "Ефект Лінді" [12, 222-225].

Сутність цього ефекту, що підтверджується емпіричними даними, полягає у тому, що очікувана тривалість життя явища (не обмеженого природними факторами) зростає тим більше, чим воно старіше. "Ефект Лінді" пояснює живучість соціальних ідей, творів мистецтва, технологій. Звичайно, збільшення тривалості життя не є обов'язковим, проте має високу імовірність. Таким чином, інститут церкви, імовірно існуватиме стільки ж, скільки він існував до того, і песимістичні прогнози щодо його майбутнього є передчасними.

Враховуючи наведене, треба визначитися із поняттям "музей". Традиційно "музейність" приписується, наприклад, давньогрецьким храмам муз, або Олександрійському музею, іноді, помічають зародки музейництва у кам'яному віці [9, 148]. Музеолог Ф.Вайдахер застерігав від анахронізмів, спричинених схильністю професійних спільнот (зокрема, музейників) відсувати дату свого історичного виникнення якомога далі у часі, часто аж до легендарних чи міфічних джерел [6, 61]. Дослідник вважав, що, навіть, кунсткамери не варто розглядати з позицій сучасних музеїв. Він небезпідставно вважав музеї Ешмола у Оксфорді (1683 р.) й Амербаха в Базелі (1661 р.) [6, 63] найбільш ранніми зразками музеїв сучасного типу. Цим закладам вперше вдалося поєднати у своїй роботі публічність колекції з її науково-дослідним та освітнім використанням. За "Ефектом Лінді" відсування дати виникнення музеїв є неправомірним, оскільки мова йде не про ідею колекціонування, а про ідею соціального інституту, який спираючись на домінуючу форму суспільного пізнання, покликаний пропагувати ідеї істеблїшменту (передусім політичного й економічного, рідше – наукового).

Пропагуванням ідей політичного істеблїшменту займалася християнська церква, починаючи від правління Костянтина Великого (306–337 рр.) і до XVII–XVIII ст., коли релігійний світогляд починає витіснятися науковим. Якраз у цей час на авансцену починають виходити музеї, котрі крім наукових знань у галузі техніки та природничих наук, стають також провайдерами громадянської релігії, в основі якої лежала ідеологія націоналізму [14]. Отже, музеї перебирають у християнської церкви її громадсько-політичну функцію (зазначимо, що, подекуди, церква і зараз зберігає свої громадсько-політичні позиції, проте досвід розвинутих країн показує безперспективність цього напрямку її розвитку).

В історії християнської церкви до остаточної секуляризації були періоди, коли вона втрачала підтримку державної влади й повинна була шукати шляхи задоволення потреб усього суспільства. Особливо цікавими, в цьому контексті, є V–VI ст. період активного становлення чернецтва й пошуку інститутом церкви свого місця у суспільстві. Саме такий період переживають сучасні музеї, котрі перебувають на ранньому етапі свого становлення, поступово втрачають політичну підтримку, й переживають системну кризу, викликану неясністю їхнього суспільного призначення.

До порівняння інститутів церкви та музею автора дослідження підштовхнула стаття Н.Н.Талеба "Як на законних підставах володіти іншою особою" [4]. В цій праці, наповненій яскравими історичними аналогіями, дослідник згадує про бродячих монахів – гірвагів називаючи їх "монахами-фрїлансерами", котрі жили за рахунок підтримки людей, котрим вони проповідували. При цьому, Талеб посилається на Святого Бенедикта (480–543 (547)) – автора Статуту, який став одним із фундаментальних для християнського духовенства. Крім гірвагів Бенедикт [8] виділяє ще три групи монахів: кіновіти, анахорети й сарабаїти. Кіновіти – це досить велика група ченців, що живуть у

монастирі й керуються статутом, отже, підкоряються дисципліні. Анахорети – монахи-відлюдники, що пройшли сувору монастирську школу й досягли найвищого рівня духовності. Сарабаїти – різновид монахів, які лише позірно досягли духовності й використовують релігійну ідеологію для задоволення мирських потреб. Гіровагів ("тиняльців") Бенедикт вважає гіршими за сарабаїтів, котрих він називає "рабами черева" (насправді ж, невдоволення Бенедикта, скоріше, викликане незалежністю гіровагів, котрих неможливо було упокорити дисципліною монастирського життя) [8].

Якщо уважно поглянути на ситуацію, що склалася в музейній справі, то ми можемо легко віднайти аналоги окреслених чотирьох видів монахів. З кіновітами, можна асоціювати працівників музеїв. Основною їхньою перевагою є те, що вони є практиками, й стикаються із музейними проблемами щодня, а не лише знайомі з ними умоглядно. Разом з тим, і в музейному середовищі, і у суспільстві загалом висловлюється невдоволення кадрами. З одного боку, це мають бути люди високодуховні (майже, як ранньосередньовічні ченці). Музейники мають дбати про коштовні колекції, проводити складну інтелектуальну роботу й при цьому не вимагати за свою роботу грошей, навіть, коли їхні доходи складають одну-дві мінімальні зарплати (українські музейники, в середньому, отримують еквівалент двохсот доларів США [10]). Дисбаланс у вимогах до музейників та винагороді їхньої праці загострює проблему музейної етики. Така ситуація провокує процвітання інших категорій музейників, котрим можна віднайти бенедиктівські відповідники.

В умовах існуючої музейної мережі та сітки посадових окладів, основне кадрове завдання музеїв полягає у заповненні вакантних посад тими, хто більш-менш відповідає формальним посадовим вимогам. В зв'язку з цим, музеї наповнюються людьми, для яких ця робота є синекурою, або ж ці установи стають соціальними каналізаторами для невдач, котрі не змогли влаштуватися на більш оплачувану роботу (фактично, вони є сарабаїтами в системі понять Бенедикта). Ці люди, на жаль, часто формують більшість у музеї. Вони створюють умови, за яких "ідейні" музейники, що залишаються всупереч фінансовим негараздам), не можуть реалізувати свій творчий потенціал через протидію своїх безініціативних колег, які здатні лише імітувати роботу. Проте, набагато гірше, коли музей, в якому домінують безідейні працівники очолює сарабаїт, котрий розглядає музей як трамплін для збагачення себе і свого оточення. В такому випадку під загрозою опиняється не лише музейні пам'ятки та власність музею. Маргіналізується, власне, музейна робота, що полягає у творенні репрезентації минулого, що базуються на об'єктивній науковій інформації, котра у вигляді суспільного досвіду транслюється відвідувачам. Під управлінням сарабаїта музеї втрачають свою інституційну ідентичність, перетворюючись на івент-агенції, виставкові зали, центри дозвілля й розваг, незалежно від профільного спрямування музею.

Звичайно, кодекс музейної етики ICOM забороняє займатися діяльністю, що може "компроментувати стандарти установи та її аудиторію" [3]. Проте в тому-то й полягає сутність сарабаїтизму, що формально все виглядає так, ніби робиться заради виживання музею та відповідно до смаків відвідувачів. Сарабаїтизм – це майстерна мімікрія музейної роботи.

Треба зауважити, що існує ще одна група, так би мовити, "чистих" сарабаїтів, віддалених від музейної практики, котрі, втім, самі себе проголошують фахівцями в музейній справі. Ці "експерти" займають музейною журналістикою. Вони намагаються відшукувати й роздмухувати конфлікти ("сенсації") в музейному середовищі, ратують за заміну тих, чи інших керівників музеїв, вимагають внесення поправок до законодавства заради самих поправок, перманентно критикують діяльність органів управління музеїв. При цьому вони не піднімають досить резонного питання про ліквідацію цих органів управління, оскільки, насправді, бажають розширити на них свій вплив, а отже, здобути більше влади в музейній сфері. Найнебезпечнішим є те, що ці люди часто визнаються практиками як експерти, при тому, що самі "експерти", висловлюючи свою думку нічим не ризикують і, насправді, не знають як працюють музеї. Вбачається доцільним звернути увагу музейних практиків на те, що їхній професійний досвід є набагато ціннішим за умоглядні побудови музейних журналістів.

До ще однієї групи "чистих" сарабаїтів у музейній сфері належать псевдо-музеезнавці. Справа у тому, що музеезнавство в Україні є малорозвиненим. Проте, і в решті світу музеологія знаходиться лише на стадії свого становлення. Хиткість музеезнавчої наукової спільноти робить її вразливою для псевдо-науковців, витіснених з інших галузей гуманітарного знання. В основному, такі дослідники займаються створенням поверхових описових текстів з музеографії, "завивають" "теорію" музеезнавства, вводячи "нові" поняття, формулюючи самоочевидні думки наукоподібною мовою, описують примітивні музейні інновації, точніше, технологічні атракції у закордонних музеях. В цій шкідливій інвазії, до певної міри, винні самі музеезнавці-анакорети, котрі значно віддалилися від музейної практики та один від одного. Вони, здебільшого, заглиблюються у музейне джерелознавство (проте, не розглядають музейну репрезентацію), історію музейної справи (проте, не інституційну пам'ять конкретних музейних установ), законодавство у сфері музейної справи (але не їхню імплементацію; реальні дослідження музейної етики підмінюються проповідями на музейну тематику), або ж, схиляються до музейної схоластики (замість того, щоб виходити на конвенціональні визначення).

Найбільша ж проблема, насамперед, українських музеезнавців полягає у тому, що вони залишаються у прямому сенсі слова відлюдниками – комунікація між ними, незважаючи на значну кількість конференцій, практично відсутня, оскільки вони, як правило, не читають праць один одного, й, тим більше, не використовують їх, за невеликим виключенням, у своїх розробках. Зрозуміло, що в таких

умовах відсутніми є й відповідні науково-дослідні інституції: інститут чи то музеєзнавства, чи то музею, вже багато років залишається аморфним проектом.

Окремо треба сказати про омолодження музейних кадрів. Молоді успішні фахівці через фінансову безперспективність вимушені розглядати музей лише як плацдарм для самоосвіти й подальшого працевлаштування, або ж шукати додаткового підробітку ззовні. Отже, маємо справу із напівкіновітами – напівгірвагами серед молодих музейників, котрі не можуть реформувати сарабаїтизовані музеї зсередини.

Спробуємо віднайти вихід із ситуації, що склалася в музейній галузі, скориставшись досвідом церкви. Насправді, ситуація там була не менш складною. Святий Бенедикт, (він спочатку анахоретом), був запрошений настоятелем одного із монастирів (котрий більше дбав про виживання). Проте, через інтриги й загрозу власному життю, Бенедикт був вимушений залишити свій пост [8]. "Ідейність" та суворота організація виявилися не до смаку тамтешнім монахам. Бенедикт зміг організувати згідно з своїми переконаннями лише власних учнів, які утворили дванадцять монастирів під загальним керівництвом Бенедикта. Це й дало поштовх до створення відповідного ордену. Отже, зміни в музейному середовищі можуть настати лише за умови утворення горизонтальних і вертикальних зв'язків між музейниками-кіновітами. Але, важливіше, щоб музейники-кіновіти об'єдналися довкола специфічних соціальних функцій музею.

Здебільшого, його суспільна роль пов'язувалася із виконанням політичної функції. Проте, в очах політиків, що знаходяться при владі (а, отже, і контролюють виділення коштів державній мережі музеїв), музей як засіб політичної пропаганди втрачає корисність. Більш ефективними в цьому сенсі є ЗМІ, які охоплюють більшу аудиторію, є гнучкішими, оперативнішими та атрактивнішими.

Після секуляризації церква звернула увагу на інший ресурс – це саме суспільство, а не державні органи. На пошук інноваційних шляхів виживання церкви в умовах, коли її прихожани розглядаються як клієнти, звертав увагу в своїх роботах П.Друкер. Дослідник, зокрема, описував як пастори деяких релігійних організацій США, переносили традиційну тижневу проповідь з неділі на інший день, робили записи служб для їхнього прослуховування прихожанами під час поїздки на автомобілях тощо [7, с. 64]. Отже, інститут церкви, котрий багато століть спирався на бенедикції від політичних інститутів (в широкому розумінні поняття "бенедикції"), сконцентрувався на налагодженні зв'язків зі своїми парафіями. Але, така клієнтоорієнтованість не має бути хибно зрозуміла – вона не означає, що інститут церкви змінив свою ідентичність, перетворившись на клуб дозвілля, чи щось на кшталт цього.

Музеолог Т.Шола зазначав про роботу музеїв: "досить часто можна почути, що ми робимо те, чого хоче наша публіка. Публіка – це певна група зацікавлених осіб, з одного боку, а також тих, хто не розуміє природи й можливостей нашої професії, з іншої. Як публіка може вступити у діалог із нами, фахівцями, й відкрито заявити про свої потреби? Що ж, вона обрала невербальний метод і заявляє про свої бажання тим, що ретельно обходить музеї стороною" [15, 38]. Отже, йдеться про те, що бажання відвідувачів є неясними, тому саме музейники мають усвідомити своє суспільне призначення і запропонувати його широкому загалу, а не чекати від нього чітких запитів. Для цього музеї, насамперед, мають постійно працювати над музейним продуктом – репрезентаціями минулого – й перевіряти рівень його сприйняття музейною аудиторією в ході соціологічних досліджень [11]. Цьому мають передувати ґрунтовні наукові дослідження музейного контенту, технологій його формування й представлення.

Отже, музей від виконання архаїчної політичної функції з часом має перейти до розв'язання кризи історичної свідомості, що виникла внаслідок маніпуляцій на історичну тематику. Ця інституція може вирішити кризу шляхом переходу від репрезентації історії в музеї до репрезентації суспільного досвіду. Іншими словами, створити умови для того, щоб вчитися у минулого, а не лише вчити його. В свою чергу, для цього треба усвідомити, що в центрі діяльності музею є створення специфічних текстів, а не нарощення кількості відвідувачів, влаштування комерційних проектів та ін. Отже у фокусі музейної роботи має опинитися музейництво – мистецтво репрезентації минулого в музейних установах.

Висновки. За Ефектом Лінді, музеї, з високою долею імовірності, існуватимуть ще не менше, ніж три століття. За аналогіями із історії християнської церкви, було виділено наступні групи музейників: кіновіти, анахорети, сарабаїти та гіроваги. Враховуючи досвід церкви, продуктивний розвиток музею можливий за рахунок консолідації фахівців зі спільними цінностями, котрі не допускати-муть сарабаїтизму – це стосується як музейної науки, так і практики. Треба чітко розрізняти основні й другорядні функції музею. Вже зараз можна говорити про зменшення значущості політичної функції. Прибутки від інших неспецифічних напрямів роботи не повинні вводити в оману щодо основного призначення музею – забезпечення суспільства інформацією про соціальний досвід.

Література

1. Cameron D.F. Interview // WNYK. 1972. URL : <http://www.wnyc.org/story/202241-duncan-cameron>.
2. Cameron D.F. The museum, a temple or the forum // Curator. 1971. Volume 14. Issue 1. P. 11–24.
3. ICOM Code of Ethics for Museums // ICOM. URL: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_eng.pdf (дата звернення : 16.01.18)
4. Taleb N. N. How To Legally Own Another Person // Medium. URL : <https://medium.com/incerto/how-to-legally-own-another-person-4145a1802bf6>.

5. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М., 2016. 416 с.
6. Вайдакер Ф. Загальна музеологія. Львів, 2005. 630 с.
7. Друкер П. Ф. Энциклопедия менеджмента. М. СПб. К., 2004. 422 с.
8. Затворник Феофан. Устав преподобного Венедикта // Древние иноческие уставы. URL : https://azbyka.ru/otechnik/Feofan_Zatvornik/drevnie-inocheskie-ustavy.
9. Омельченко Ю. А. Джерела вітчизняного музейництва // Культурологічні студії. 1996. Вип. 1. С. 145–162.
10. Середня заробітна плата за видами економічної діяльності за місяць у 2017 році // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу / За заг. ред. В.В.Карпова. К., 2015. 167 с.
12. Талеб Н. Н. Антихрупкість. Как извлечь выгоду из хаоса. 2014. URL. taleb_nassim_antihrupkost_kak_izvlech_vyigodu_iz_haosa.rtf.
13. Федоров Н. Ф. Музей, его смысл и назначение // Литература и жизнь. URL: http://dugward.ru/library/fedorov/fedorov_muzey.html.
14. Хадсон К. Влиятельные музеи. Новосибирск, 2001. 194 с.
15. Шола Т. Вечность здесь больше не живет. Толковый словарь музейных грехов. Тула, 2013. 357 с.
16. Шуберт К. Удел куратора. Концепция музея от Великой французской революции до наших дней. М., 2016. 224 с.

References

1. Anderson, B. (2016). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Moscow [in Russian]
2. Cameron, D.F. (1971). The museum, a temple or the forum . Curator. Volume 14. Issue 1 [in English]
3. Cameron, D.F. (1972). Interview. WNYC. Retrieved from <http://www.wnyc.org/story/202241-duncan-cameron/> [in English]
4. Druker, P. F. (2004). Encyclopedia of management. Moscow . M. Saint Petersburg. Kyiv [in Russian]
5. Fedorov, N. F. (1913). Museum, its meaning and purpose. Literatura i zhizn. Retrieved from http://dugward.ru/library/fedorov/fedorov_muzey.html [in Russian]
6. ICOM Code of Ethics for Museums (2013). Retrieved from http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_eng.pdf [in English]
7. Karpov ,V.V. (Eds.). (2015) Sociology of museum: presentation on the background of space and time. Kyiv [in Ukrainian]
8. Hudson, K (2001). Museums of influence. Novosibirsk [in Russian]
9. Omelchenko, Yu (1996). A. The sources of native museality. Kulturologichni studiyi. Issue. 1. [in Ukrainian]
10. Average salary by type of economic activity for the month in 2017 (2017). Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian]
11. Shola, T. (2013) Eternity does not live here anymore – a glossary of museum sins. Tula [in Russian]
12. Shubert, K. (2016) The curator's fate. The concept of the museum from the Great French Revolution to the present day. Moscow [in Russian]
13. Taleb, N. N (2014). Antifragile. How to gain from disorder. 2014. Retrieved from taleb_nassim_antihrupkost_kak_izvlech_vyigodu_iz_haosa.rtf [in Russian]
14. Taleb, N. N. (2016). How To Legally Own Another Person. Medium. Retrieved from <https://medium.com/incerto/how-to-legally-own-another-person-4145a1802bf6> [in English]
15. Vaydaker, F (2005). Common museology. Lviv [in Ukrainian]
16. Zatvornik, Feofan (2018). Rules of Saint Benedict. Ancient rules of the monks. Retrieved from https://azbyka.ru/otechnik/Feofan_Zatvornik/drevnie-inocheskie-ustavy/ [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 23.01.2018 р.