

64. Федоренко П.К. Воронковская сотня Пересылавского полка по Румянцевской Описи / П.К. Федоренко // Труды ПУАК. – Полтава : Электрическая типография Г.И. Маркевича, 1915. – Вып. 12. – С. 79–227.
65. Шмидт С.О., Ковальченко И.Д., Дмитриев С.С., Сахаров А.М. О содержании университетского курса историографии СССР / С.О. Шмидт, И.Д. Ковальченко, С.С. Дмитриев, А.М. Сахаров // Вопросы истории. – 1968. – № 8. – С. 65.
66. Шапов А.П. Новая эра // Собр. Соч. Дополн. Том. – Иркутск, 1937. – С. 16.
67. Щепотьев В.О. Наукове життя в Полтаві 1914–1924 / В.О. Щепотьев // Україна. – 1925. – № 1–2. – С. 227.

***Pistolenko I.O. Lead scientifically elucidative and cultural center of Poltava region of the beginning of 20 century. Poltava scientific archived commission and its activity in relation to creation of museum network in a province***

In the article basic work of the Poltava scientific archived commission assignments are examined at the beginning of 20 century. The special attention is spared an activity commission in industry of museum building, organization of exhibitions.

**Key words:** Poltava scientific archived commission, historical research, regional tradition, museum network, exhibition.

***Пистоленко И.А. Ведущий научно-просветительский и культурный центр Полтавщины начала XX в. Полтавская ученая архивная комиссия и её деятельность по созданию музейной сети в губернии***

В статье рассматриваются основные направления работы Полтавской ученой архивной комиссии в начале XX в. Особое внимание уделяется деятельности комиссии в сфере музейного строительства, организации выставок.

**Ключевые слова:** Полтавская ученая архивная комиссия, историческое исследование, краеведческая традиция, музейная сеть, выставка.

Надійшло до редакції: 29.01.2015 р.

УДК [930.2+069](477)(06)

ХАРЧЕНКО О.В.

**Використання інноваційних Інтернет-технологій, мультимедійних і технічних засобів у культурно-освітній роботі художніх музеїв на початку XXI ст.**

У публікації розглядаються способи використання інноваційних Інтернет-технологій, мультимедійних програм і технічних засобів у культурно-просвітницькій діяльності музеїв художнього профілю. Аналізуються форми культурно-освітньої діяльності, в яких використовують технічні засоби, які доповнюють комунікацію сучасних музеїв.

**Ключові слова:** культурно-просвітницька діяльність, художні музеї, музейні відвідувачі, музейна експозиція, інноваційні технології, музейна інформація, Інтернет-технології, музейна комунікація.

На початку XXI ст., зарубіжні й вітчизняні художні музеї широко використовують технічні та інформаційні засоби, комп'ютерні технології у

культурно-освітній діяльності. Розробляються інтерактивні музейні експозиції, які привертають увагу широких кіл публіки, зростає доступність музейної інформації для відвідувачів у самих музеях та інформаційному просторі Інтернет [3; 5; 15; 18; 19; 22].

У цілому, для організації культурно-просвітницької діяльності зарубіжних і вітчизняних художніх музеїв на початку XXI ст., характерна тенденція інформатизації. Системний розвиток цієї діяльності відбувається на основі використання сучасних ефективних інформаційних технологій, соціальних мереж, мультимедійних та технічних засобів трансляції музейної інформації.

Сучасною тенденцією, характерною як для світових, так і вітчизняних художніх музеїв, є дистанційне сприйняття музейної інформації індивідуальними користувачами Інтернет-системи. Практичне використання інформаційних ресурсів у провідних художніх музеях світу через систему Інтернет є сучасним ефективним засобом пропозиції музейних послуг у всьому світі. І, як стало зрозумілим з огляду вітчизняного досвіду, в Україні цей процес розвивається дещо уповільнено [6; 9; 10; 16].

Так, сьогодні в Україні, не всі музеї художнього профілю мають свої сайти. А музеї, у яких вони є, ще не в повній мірі користуються можливостями цього засобу інформування постійної та потенційної аудиторії.

Як стверджує вітчизняний науковець О. Зінченко, для вирішення цих проблем, сайт музею потрібно розглядати як медіа-форму [6]. Дослідник зазначає, що головні недоліки стосуються проблем проектування сайтів, правильності та ефективності способів розміщення інформації на сайті, недосконалої навігації сайтів, не відповідності інформації заголовкам розділів і вкладкам випадаючого меню, непривабливого дизайну інтерфейсу. Внаслідок цього користувачі Інтернету втрачають багато часу на пошук інформації про музейну колекцію, вартість квитків, режим роботи й інші послуги музею.

Загалом, мультимедійні засоби, які використовуються у формах культурно-освітньої роботи з відвідувачами в різних музеях світу та Україні, розширюють інформаційний ресурс музейної експозиції і є швидким та зручним способом інформування відвідувачів. Вони можуть забезпечувати одночасну трансляцію різних видів інформації про музейні експонати, доповнювати лекції та художні виставки документальними матеріалами, що не потрапили до залів музею. У *музейному лекторії*, через ці засоби демонструються зображення унікальних першоджерел, матеріали фондів.

На початку XXI ст. все ще існує низка проблем, пов'язаних із недостатнім фінансуванням вітчизняних музеїв. Як наслідок виникають проблеми з

придбанням необхідного технічного обладнання й оснащення сучасними мультимедійними засобами музейних експозицій, лекційних залів, приміщень, де проводяться заняття музейних гуртків і клубів.

Також спостерігається відсутність досвіду деяких музеїв у користуванні соціальними мережами Facebook, YouTube, В контакті, Twitter, Pinterest, Instagram. Інформативні можливості двох останніх ресурсів, на цей час, музейними працівниками детально не вивчені й, відповідно, поки використовуються обмежено.

На наш погляд, для більш ефективного використання інформаційних і освітніх ресурсів художніх музеїв, окрім сайтів, потрібно активно використовувати розміщення музейної інформації у сучасних засобах вище зазначених соціальних мережах. А з метою доступного й ефективного інформування відвідувачів щодо послуг музею та змісту його діяльності, потрібно приділити увагу наступним складовим:

- Інформація про культурно-просвітницьку діяльність, розміщена на музейному сайті та сторінках соціальних мереж, повинна бути короткою, але змістовною, цікавою та зрозумілою для публіки, з якісними фотографіями (містити добре узгоджений дизайн інтерфейсу й елементи реклами, музейного маркетингу);

- Інформація музейних сайтів повинна розміщуватися державною та іноземними мовами і легко читатися (що розширить сферу залучення як вітчизняних, так й іноземних туристів);

- Передбачати інтерактивні елементи, карти та схеми розташування експонатів у залах музеїв (ігрові елементи, форми-бланки для музейних квестів для дітей, включати інформаційні довідки, плани огляду залів, матеріали для самостійного роздрукування);

- Спростувати доступність експонатів з музейних фондів і супроводжуючої до них інформації он-лайн (надавати віртуальним відвідувачам можливість користуватися інформаційною та електронною базою колекції дистанційно).

У цілому ці кроки спрямовані на те, щоб економити час і зусилля відвідувачів й сприяти швидкому та зручному пошуку необхідної інформації щодо переліку послуг, освітніх програм, експонатів на сторінках музейних сайтів і сторінках музеїв у соціальних мережах.

На початку ХХІ ст. *використання мультимедійних засобів* у музейній практиці вітчизняних художніх музеїв реалізовується через такі форми музейної інформації: відео, комп'ютерні технології, Інтернет-ресурси, мультимедійні програми, аудіогіди, інші допоміжні технічні засоби передачі музейної інформації, які спрощують адаптацію відвідувачів до музейного простору та полегшують сприйняття ними нового матеріалу.

Сучасні інформаційні технології сприяють розширенню ареалу розповсюдження музейної інформації далеко поза межами музеїв. Комунікаційні й інформаційні технології сприяють доступності музейних збірань, розміщенню інформації про особливості художніх процесів як у безпосередньому спілкуванні з експозицією, так і у віртуальному просторі. Крім традиційних мас-медіа, розміщена в Інтернет-просторі інформація про музейні колекції, послуги та масові заходи музеїв поширює приплив іноземних відвідувачів.

На сучасному етапі свого розвитку аудиторія, яка відвідує музей, може впливати на процес виставкового проектування через процеси зворотного зв'язку, емоційні враження та внесення пропозицій щодо інтерпретації музейних експонатів. Такий зворотній зв'язок здійснюється через заповнення відвідувачами анкет, опитувальників, розміщення відгуків на музейних сайтах і форумах.

Сьогодні художній музей як інститут збереження і трансляції культурного та мистецького досвіду поколінь володіє численними фондами експонатів, доступ до яких певною мірою обмежений для звичайних відвідувачів. У віртуальному режимі можна оглянути як реально існуючі, так і втрачені шедеври мистецтва, більш глибоко ознайомитися з інформацією про культурну епоху, художню школу і час їх створення та побутування. Але при цьому, важливо розуміти, що це – суто технічний засіб інформування відвідувачів, і він не може замінити якість процесу сприйняття оригіналів музейних предметів, реального експозиційного простору та музейної атмосфери.

Безперечно, технічні засоби на початку XXI ст. займають окрему важливу нішу в сучасній культурно-освітній роботі музеїв художнього профілю.

На наш погляд, технічні й мультимедійні засоби у музеях художнього профілю сьогодні використовуються під час наступних форм культурно-просвітницької діяльності:

- на музейних заняттях, уроках-екскурсіях, передбачених учбовим планом шкіл і поточним графіком відвідування музею (для дитячої, шкільної аудиторії з різним рівнем підготовки, з метою демонстрації фондів музею, загальної інформації про шедеври світового й вітчизняного мистецтва для стимулювання інтересу аудиторії до музею);

- для самостійної, індивідуальної роботи дитячої та дорослої аудиторії в експозиціях художніх музеїв (перегляд відео сюжетів з метою виконання завдань у листках активності, призначених для закріплення, повторення матеріалу, перевірки отриманих знань у інтерактивній формі; поглиблення інформації про окремі експонати та добу їх створення);

- на музейних заняттях і лекціях з профільних предметів, які розкривають інформацію для студентської аудиторії на матеріалах музейної експозиції (з

теорії та історії образотворчого мистецтва, історії світової та вітчизняної культури, музеєзнавства, культурології, мистецтвознавства);

– у лекціях для різних категорій відвідувачів – студентів, дорослої та професійної аудиторії, які проводяться у лекційному залі (демонстрація ілюстративного матеріалу, пов'язаного з біографією художників, розкриттям «музейної легенди» окремих музейних предметів; відеоматеріали, які демонструють етапи та методику реставрації музейних експонатів; твори мистецтва, які зберігаються у колекціях різних музеїв України або музеях різних країн світу);

– під час проведення інтерактивних виставок (демонстрація відео презентацій, показ експонатів, що не увійшли до експозиції, інноваційні й інтерактивні програми для творчого експериментування, віртуального моделювання музейних предметів);

– у форматі зустрічей з цікавими людьми та музейних клубів, (слайд-шоу, панорамні проєкції, відеоматеріали, документальні фільми, відео-презентації, виступають допоміжним інформативними засобами);

– з метою задоволення індивідуальних інформаційних запитів відвідувачів, наприклад – спеціалістів вузького профілю, викладачів профільних дисциплін, туристів (під час користування електронною базою даних музею, каталогом, музейним сайтом).

Використання комп'ютерної техніки у освітній роботі художніх музеїв з дитячою аудиторією, на думку спеціалістів, відбувається за окремими напрямками:

– Робота з дітьми безпосередньо за комп'ютером;

– Використання комп'ютерних технологій під час шкільних занять з дітьми, на уроках образотворчого мистецтва;

– Пристосування комп'ютера для забезпечення діяльності музейної ізо-студії [4; 12].

На початку XXI ст. комп'ютерні технології в сучасному музейному просторі все ширше використовуються в експозиційній роботі, виставковій діяльності музеїв художнього профілю. Це відкриває нові можливості для розширення засобів і форм у культурно-просвітницької діяльності, які художній музей пропонує своїм відвідувачам.

У досвіді зарубіжних музеїв інноваційна технологія «*віртуальний музей*» активно використовується у науково-просвітницькій, експозиційній роботі. Дослідники по-різному розтлумачують цей термін. Серед найпоширеніших трактувань – його визначають як модель, створену за допомогою комп'ютерних технологій, що існує виключно у віртуальному просторі (відтворює деякі складові музею: експозиційні твори, каталоги, що відобра-

жають зміст і склад колекції; підтримує зворотній зв'язок із відвідувачами сайту; модель, що надає можливість здійснити віртуальну подорож залами музею, моделювання її окремих елементів) [16].

Тлумачення «Словника актуальних музейних термінів», розкриває цей термін як «Електронні публікації, об'єднані за тематичним, регіональним, проблемним або іншим принципом підбору артефактів, які в дійсності знаходяться у різних місцях і не складають колекцію» [20, с. 49].

Зарубіжний дослідник В.М. Касьянов вважає, що *віртуальний музей* – це насамперед цифровий музей, який може виникнути на тлі реального музею з реальними експонатами. Але це не обов'язкова умова. Віртуальний музей може існувати виключно у віртуальному просторі. Відвідувачам, які з певних причин не можуть особисто відвідати музей, пропонують для огляду мультимедійні цифрові відтворення довільних артефактів, без будь-яких обмежень на їх походження або поточний стан. Цей автор слушно зауважує, що інформація, розміщена на музейних сайтах, стає доступною широкій аудиторії, що відкриває перед сучасними музеями перспективні можливості презентації своїх колекцій для різновікової аудиторії, інтеграції музеїв до світової музейної системи [7].

Також у музейній практиці з ХХІ ст. вкоренилася тенденція називати «віртуальними музеями» сайти музеїв різних профілів. По-суті, сайт художнього музею є його електронним аналогом. Але він виводить музей на інший рівень – віртуальний, у межах якого продовжують реалізовуватися науково-просвітницькі програми, призначені для різних категорій відвідувачів.

На сучасному етапі своєї діяльності, вітчизняні музеї художнього профілю у часто зустрічаються з такою проблемою, що обмежений виставковий простір художніх музеїв не дає можливості показати всі відібрані матеріали у експозиції. На наш погляд, цю проблему частково може вирішити розробка *мультимедійних програм*, які вміщують повний обсяг інформації про музейні предмети.

Мультимедійні комп'ютерні програми, відповідають сучасному рівню інформування музейних відвідувачів, що забезпечує швидкий пошук інформації, можливість одночасної трансляції її різних видів, вміщують додаткові відомості щодо концепцій музейних виставок.

Мультимедійне обладнання, встановлене поруч із початком огляду експозиції, виконує низку важливих функцій, серед яких зарубіжний дослідник О.М. Киссель називає наступні:

- пошукову функцію (отримання відвідувачами загальної інформації про склад і принципи організації музейної експозиції, анонсування виставок);

- функцію гіда експозицією, тимчасовими виставками (це полегшує розуміння ідеї виставки, представлених на ній експонатів);
- функцію «інструмента для вивчення музейної колекції» (дозволяє віртуально оглянути експонати, які знаходяться у фондових сховищах і не представлені у музейній експозиції);
- функцію оповідача (використання мультимедійних виставкових програм, інформація про концепцію та завдання виставки, ілюстративна інформація);
- функцію «емоційного гачка» (пов'язану з тим, що засоби віртуальних технологій і комп'ютерної графіки впливають на чуттєві й емоційні враження відвідувачів, підвищують їх глядацький інтерес) [11].

Аудиторія різного віку може самостійно знайомитися з колекціями музеїв на музейних сайтах: здійснювати віртуальні подорожі музейними експозиціями, оглядати мистецькі відеопрезентації, брати участь у мультимедійних освітніх програмах.

За кордоном відвідувачам, які прийшли до музею, але бажають отримати доступ до музейної інформації без допомоги екскурсовода, самостійно, зарубіжні музеї пропонують задовольнити індивідуальні потреби через опрацювання інформаційного ресурсу в «інформаційному кіоску» – як у Національній художній галереї у Лондоні («Micro gallery», Великобританія), Національній художній галереї у Вашингтоні (США), мультимедійних програмах «Віртуальний музей», в Освітньому центрі Державного Ермітажу (РФ).

Сьогодні, на початку XXI ст. в різних музеях світу екскурсії можна прослуховувати через мобільний телефон, завантажувати спеціальні до гаджетів, влаштовувати музейне «селфі»-фотографування поряд із музейними експонатами. Розвивається тенденція, коли відвідати будь-який музей можливо «не піднімаючись з дивану» [21]. Будь-який бажаючий може завантажити додаток до мобільного телефону, отримати віртуальний тур відомими музеями світу, серед яких – Музей Гуггенхайма, Державний Ермітаж, Галерея Уфіцци, Нью-йоркський музей сучасного мистецтва, Метрополітен-музей, Музей Прадо, Лондонська національна галерея.

В Україні ці інновації також починають запроваджуватися у музеях різного профілю. До переліку послуг, окрім традиційних музейних екскурсій з екскурсоводом, входять різномовні *аудиогіди*, призначені для індивідуального прослуховування екскурсій, ознайомлення з інформацією про музей і його колекцію. Цей спосіб отримання музейної інформації у вітчизняних музеях художнього профілю поширився з початку XXI ст., тоді, як у зарубіжних музеях така практика розпочалася з кінця XX ст.

Експерсії, які відвідувач прослуховує за допомогою аудіогіду, дослідники називають експерсією поза спілкуванням «віч-на-віч» [23], орієнтовану не на колективні, а індивідуальні переживання. Ця форма відрізняється мобільністю використання з технічного боку. Але вона не може замінити справжнього спілкування.

Вивчення тематичної музейної інформації відвідувачами різного віку поглиблюють використання мультимедійних систем і технічного обладнання [3; 13].

Важливу роль у процесі опанування музейної інформації і трансляції культурних цінностей у практиці зарубіжних музеїв, окрім музейних сайтів, також відіграють комп'ютерні *мультимедійні лабораторії*, призначені для роботи дітей і дорослих (наприклад у Луврі (Франція), Державному Ермітажі (РФ), Національній картинній галереї у Вашингтоні (США)). Зарубіжні музеї на веб-сайтах художніх музеїв Італії, Ватикану розміщують спеціальні програми, за якими віртуальні відвідувачі можуть підвищувати свій освітній і культурний рівень, вивчати колекцію музею за зручним для себе графіком [19].

На початку ХХІ ст. зростає увага відвідувачів до нових, введених у музейну практику форм – театралізованих експерсій, музейно-театральних спектаклів, театралізованих і костюмованих балів, нічних експерсій. У цих формах культурно-просвітницької діяльності, в яких беруть участь відвідувачі різного віку, також використовуються технічні засоби, які допомагають створити правильне освітлення, музичний супровід і відтворити святкову атмосферу дійства.

Отже, на початку ХХІ ст. сучасний розвиток форм культурно-освітньої практики все більше стає пов'язаним із використанням Інтернет-технологій. Процес цільового використання інформативних можливостей Інтернету розвивається поступово. З розвитком інформаційних технологій, використання Інтернет-ресурсів у культурно-освітній діяльності займає важливу нішу в інфраструктурі музеїв художнього профілю.

Популяризація сучасних музеїв та їх колекційних зібрань відбувається як через традиційні, так і інноваційні й віртуальні форми культурно-освітньої діяльності. Освітні технології, які художні музеї використовують з метою естетичного розвитку відвідувачів у музейному та віртуальному просторі, розширюють ареал впливу традиційних форм музейної інформації на різні категорії музейних відвідувачів.

Виникає потреба у створенні нових освітніх онлайн-програм, спрямованих на формування музейної культури, естетичних смаків відвідувачів, відповідно до їх вікових можливостей сприйняття музейної інформації.



Обумовлюється необхідність подальшого дослідження механізмів впливу музейної інформації на відвідувачів різного віку в різних формах культурно-освітньої діяльності. Ці процеси, на наш погляд, пов'язані з потребою якісного переведення основної візуальної інформації художніх музеїв у додаткові, віртуальні способи трансляції, зрозумілі відвідувачам різного віку, що потребує подальшої детальної уваги спеціалістів.

### Джерела та література

1. Авенье Ф. Приоритет публице: французький опыт / Ф. Авенье // Museum. – 2000. – № 204. – С. 31–34.
2. Боуэн Д. Только подключайтесь / Д. Боуэн // Museum. – 2000. – № 3. – С. 204.
3. Васневская Е.В. Использование средств мультимедиа для обеспечения доступа к культурному наследию Европы / Е.В. Васневская // Мат. База сферы к-ры : Научно-информ. сб. Вып. 1. – М. : Изд. РГБ, 1999. – С. 3–18.
4. Володіна-Панченко Н. Олівець, фломастер і комп'ютер / Н. Володіна-Панченко // Палітра педагога. – 1998. – № 1. – С. 11–14.
5. Джоунс Р. Музей будущего / Р. Джоунс // Музей. – 2009. – № 7. – С. 89.
6. Зінченко О. Що не так із сайтами українських музеїв [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.istravda.com.ua/articles/2013/01/21/108504>.
7. Касьянов В.Н. Музеи и Интернет: новые возможности / В.Н. Касьянов // Информационные технологии в гуманитарных исследованиях. – Новосибирск : Новосибирский гос. ун-т, 2006. – Вып. 10. – С. 88–96.
8. Киселев И. Зачем нужен Интернет? / И. Киселев // Мир музея. – 1997. – № 3. – С. 22–23.
9. Ключко Ю.М. Інтерактивна експозиція як інструмент освіти // Міжнародна наук.-пр. конф.: Україна – Світ: від культурної своєрідності до спорідненості культур : зб. мат. міжн. наук.-практ. конф. Київ, 25–26 травня 2006 р. – К. : ДАККіМ, 2006. – Ч. 1. – С. 225–228.
10. Ключко Ю.М. Проблеми розвитку інтерактивних музейних технологій // XI культурологічні читання пам'яті В. Подкопаса : зб. мат. міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 31 травня – 1 червня 2013 р. – К. : НАКККіМ, 2013. – С. 166–169.
11. Киссель О.М. Музейный посетитель и образовательные технологии. Опыт Государственного Русского музея [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eva.russia.ru/eva98/rus98exh/Doc/Event02/First/docl02.htm>.
12. Кравчунас Б.К. Компьютерные технологии в работе изостудии музея / Б.К.Кравчунас // Эстетическое развитие ребенка в музейной среде и современные образовательные технологии. – СПб., 2000. – С. 45–46.
13. Михайловская А.И. Архитектурно-художественное решение экспозиции и применение аудиовизуальных средств в музеях // Музведение и охрана памятников. Обзорная информация. – М. : Гос. б-ка им. В.И. Ленина, 1978. – 48 с.
14. Музеи и интернет // Museum. – 2000. – № 20. – С. 4–41.
15. Музеи и информационное пространство // Мир музея. – 2001. – № 3. – С. 11.
16. Пантелейчук І.В. Віртуальний музей // Питання культурології : міжвуз. зб. наук. ст. – К., 2002. – Вип. 18. – С. 60–64.
17. Пелевин Ю. Аудиовизуальные средства в современных музеях / Ю. Пелевин. – М., 1987.
18. Пелевин Ю., Киселев И., Авенье Ф., Боуэн Д. Музеи и интернет // Museum. – 2000. – № 20. – С. 4–41.
19. Перцев Д.Г. Современные технологии оптической памяти и перспективы развития музейной информатики / Д.Г. Перцев. – СПб., 1992. – 60 с.
20. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. – № 5. – 2009. – С. 49.

21. Сходить в музей, не вставая с дивана [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adme.ru/hudozhniki-i-art-proekty/shodit-v-muzej-ne-vstavaya-s-divana-672105>.
22. Фернадес Г., Бенльоч М. Интерактивные экспозиции: реакция посетителей // Museum. – 2001. – № 2 (208). – С. 53–59.
23. Шулепова Э.А. Основы музееведения: учеб. пособие / Э.А. Шулепова. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 504 с.

***Харченко Е.В.* Применение инновационных Интернет-технологий, мультимедийных и технических средств в культурно-просветительской работе художественных музеев в нач. XXI ст.**

В статье рассматриваются способы применения инновационных Интернет-технологий, мультимедийных программ и технических средств в культурно-просветительской работе музеев художественного профиля. Анализируются современные формы культурно-просветительской деятельности, в которых используются технические средства, которые дополняют коммуникацию современных художественных музеев.

**Ключевые слова:** культурно-просветительская деятельность, художественные музеи, музейные посетители, музейная экспозиция, инновационные технологии, музейная информация, Интернет-технологии, музейная коммуникация.

***Kharchenko O.V.* The use of innovative Internet technologies, multimedia and technical means in the cultural and educational work of art museums in the beginning XXI century**

The article discusses how the use of innovative Internet technologies, multimedia software and hardware in the cultural and educational work of museums artistic profile. Examines contemporary forms of cultural and educational activities that use technical tools that complement the communication of contemporary art museums.

**Key words:** cultural and educational activities, art museums, museum visitors, museum exhibition, innovative technology, museum information, Internet technologies, museum communication.

Надійшло до редакції: 14.04.2015 р.