

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(НИУ «БелГУ»)

СОЦИАЛЬНО - ТЕОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
**Кафедра культурологии и политологии**

**МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ  
РЕСУРС (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Дипломная работа студентки

очной формы обучения  
направления подготовки 51.03.01 Культурология  
4 курса группы 87001205  
**Кибановой Оксаны Владимировны**

Научный руководитель  
канд. пед. н., доцент  
Бойко Ж.В.

**БЕЛГОРОД 2016**

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ .....   | 3  |
| Раздел 1. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В<br>СОЦИОКУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА .....             | 7  |
| 1.1. Теоретико-методологические основы изучения сущности<br>информационно-коммуникационных технологий .....  | 7  |
| 1.2. Специфика развития информационно-коммуникационных технологий... 13                                      | 13 |
| Раздел 2. СУЩНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В<br>РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ.....                      | 19 |
| 2.1. Мобильные приложения как эффективная форма хранения и трансляции<br>культурных ценностей .....          | 19 |
| 2.2. Мобильные приложения как средство продвижения культурного<br>потенциала региона.....                    | 24 |
| Раздел 3. МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ<br>ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ .....                  | 31 |
| 3.1. Роль информационных технологий в культурной сфере Белгородской<br>области.....                          | 31 |
| 3.2. Перспективы использования мобильных приложений в развитии<br>культурной среды Белгородской области..... | 38 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....   | 46 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....   | 50 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ .....   | 57 |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность.** В современной культурной среде намечена тенденция популяризации информационно-коммуникационных технологий. Связано это с научно-техническим прогрессом, обусловленным ростом и усложнением общественных потребностей. В культурной среде постепенно распространяются такие информационно-коммуникационные технологии как аудиогид, виртуальная экскурсия, сенсорный киоск и мобильное приложение.

На сегодняшний день, более удобной и актуальной информационно-коммуникационной технологией является мобильное приложение. Оно постепенно внедряется в работу культурных учреждений и приобретает статус эффективного социокультурного ресурса. Сфера услуг благодаря интернету развивается быстрыми темпами. Наряду с этим изменяется современный пользователь. Таким образом, посетитель XXI века уже предъявляет новые требования к деятельности культурных учреждений, что способствует поиску инновационных способов работы с ним. Такой формой деятельности сегодня становится применение в культурной сфере мобильных приложений. В связи с этим актуальность приобретает вопрос об активности использования мобильного приложения как социокультурного ресурса в регионах.

Рассмотрение мобильного приложения как социокультурного ресурса является наиболее актуальным на сегодняшний день, так как оно позволяет решить проблемы быстрой информатизации общества, а также располагая огромным потенциалом, может выступать способом реализации молодежи. Мобильные приложения привлекают внимание и создают интерактивную зону общения, способствуют развитию культуры и культурного учреждения.

**Степень научной разработанности исследуемой темы.** Уайт Л. рассматривал эволюцию культуры как процесс, который основывается на новациях технологического порядка, более того, она представляет собой функцию технологической эволюции [57, 4 – 10].

Сущность инноваций как явления культуры, которых не было на предшествующих стадиях ее развития, но которые появились на данной стадии и социализировались, в своих трудах рассматривали Глебова А.А., Григорьева Е.И., Ерофеев А.Е., Захарова Н.Б., Изотова М.А., Матюхина Ю.А., Реттих С.В.

Культурный туризм как один из главных элементов туристского интереса в своих трудах рассматривали Квартальнов В.А., Писаревский Е.Л.

При помощи представительства культурного учреждения в интернете, оно может стать лучше интегрировано в систему мировых и российских профильных организаций, может появиться возможность открыть коллекции новым способом. Тему компьютеризации и интернета раскрыли в своих статьях Зверева М.Ф., Лебедев А.В., Микели М.В., Морозкина Л.В., Наседкин К.А.

Весьма значительными для нашего исследования являются статьи Афанасьева В.Б., Бакулева А.В., Диковой Е.С., Дремайлова А.В., Жуковской И.Е., Морозова М.А., Никишина Н.А., Ноль Л.Я., Скуфьиной Т.П., которые посвящены теме информационных технологий в культурной среде. Тему виртуальной выставки затронула в своей работе Захарова Н.Б. QR-код в работе культурного учреждения рассмотрели в своих трудах Гук Д.Ю., Глазкова А.С. О том, в каких учреждениях в России уже существуют мобильные приложения «аудиогид» и как его разработать рассмотрел в научной статье Долговязов Н.А. Вопросы необходимости использования сенсорных информационных киосков в выставках, принципы их работы и преимущества их внедрения рассматривал Коваленко В.А. О мобильных приложениях как наиболее удобной форме хранения информации в культурной среде говорили Вишневская Е.В., Дейнека П.В., Долговязов Н.А., Климова Т.Б.

**Объектом исследования** являются мобильные приложения как социокультурный ресурс.

**Предмет исследования** – мобильные приложения в социокультурном пространстве Белгородской области.

**Целью нашего исследования** является выявление роли мобильного приложения как социокультурного ресурса в Белгородской области и перспектив его использования.

Цель выпускной квалификационной работы предусматривает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть теоретико-методологические основы изучения сущности информационно-коммуникационных технологий;
2. Раскрыть специфику развития информационно-коммуникационных технологий;
3. Проанализировать мобильные приложения как эффективную форму для хранения и трансляции культурных ценностей;
4. Проанализировать мобильные приложения как средство продвижения культурного потенциала региона;
5. Выявить роль информационных технологий в культурной сфере Белгородской области;
6. Выявить перспективы использования мобильных приложений в развитии культурной среды Белгородской области.

Для решения поставленных задач в данной работе применялись следующие методы исследования:

- теоретический (анализ культурологической, социологической литературы по вопросам теории и истории культуры);
- метод наблюдения;
- эмпирический (анкетный опрос).

**Практическая значимость** выпускной квалификационной работы заключается в том, что полученные результаты исследования и разработки могут быть использованы в научно-методической, музейной, педагогической практике.

Ключевые слова: культурная среда, инновация, информационно-коммуникационная технология, мобильное приложение, социокультурный ресурс.

**Структура дипломной работы** состоит из введения, основной части, которая представлена тремя главами и включает в себя теоретическую и практическую часть, заключения, списка использованной литературы в количестве 58 источников, приложений.

# 1. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

## 1.1. Теоретико-методологические основы изучения сущности информационно-коммуникационных технологий

В настоящее время намечена тенденция развития культурного туризма и культуры в России. Культурный туризм является самым популярным и массовым видом туризма, охватывая собой посещение исторических, культурных или географических достопримечательностей. Основная цель таких путешествий – ознакомление с туристскими достопримечательностями (памятниками истории, архитектуры, искусства; природными и этническими особенностями; современной жизнью народа). Квартальнов В.А. в своем труде «Туризм» говорит о том, что культурный туризм является «одним из основных элементов туристского интереса» [34, 41]. На его взгляд, развитие культурной среды внутри региона является средством расширения ресурсов для привлечения туристских потоков.

В концепции Федеральной целевой программы «Культура России (2012 – 2018 годы)» поясняется, что «культурная среда» сегодня становится ключевым понятием современного общества, наиболее точно характеризующим его культурную и духовную составляющую. «Культурная среда – это, во-первых, результат всей совокупности культурной деятельности общества – прошлой и настоящей (включая инфраструктуру организаций культуры, произведения искусства, и т.п.); во-вторых, это институт приобщения граждан к нравственным ценностям, хранимым ею; в-третьих, это область творческой реализации духовного потенциала российских граждан, в том числе молодого поколения. В этой связи формирование и развитие культурной среды становится важнейшим условием улучшения качества жизни в Российской Федерации» [2, 6]. В рамках программы впервые в качестве самостоятельного направления выделяется внедрение информационно-коммуникационных

технологий в сферу культуры и информатизации отрасли, что позволяет сформировать инновационный раздел в развитии отрасли и обеспечить научную обоснованность при реализации дальнейших мероприятий.

«Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – технологии, основная задача которых заключается в обеспечении фиксации информации, ее обработки, передачи, распространении и раскрытии» [44, 5]. В культуре информационно-коммуникационные технологии выполняют заложенную в самом термине функцию «осведомления», то есть аккумулируют сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах, которые уменьшают имеющуюся в них степень неполноты знаний и передаются с помощью условных сигналов и технических средств. Их применение становится неотъемлемым условием успешной работы [41, 64 – 67]. Известное изречение Ротшильда Н. «Кто владеет информацией, тот владеет миром» особенно актуально для культурной сферы, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и трансляции информации во многом определяют эффективность развития этой области. По мнению Диковой Е.С., следует учитывать, что «внедрение информационных технологий приводит к снижению вероятности ошибок, повышению степени удовлетворения клиентов уровнем обслуживания, а также упрощению труда работников» [25, 130]. Реализация этих условий возможна только в рамках применения информационных компьютерных систем как инновации.

«Инновация (позднелат. *inovatio*, англ. *innovation* – нововведение) – это явление культуры, которого не было на предшествующих стадиях ее развития, но которое появилось на данной стадии и получило в ней признание («социализировались»); закрепившиеся (зафиксированные) в знаковой форме и (или) в деятельности посредством изменения способов, механизмов, результатов, содержаний самой этой деятельности» [51, 230]. Во втором случае чаще используют понятие «нововведение», выражая его сущность в терминах инновационной деятельности, раскрывая его содержание как комплексный



процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для удовлетворения человеческих потребностей. В культурной антропологии понятие инновации исследовалось, прежде всего, с методологических позиций эволюционной и не эволюционной школы. По мнению Л. Уайта, эволюция культуры как процесс основывается на новациях технологического порядка, более того, она представляет собой функцию технологической эволюции. Л. Уайт и его последователи трактовали культуру как адаптационный механизм, при помощи которого происходит приспособление, аккультурация общества к изменениям в окружающей среде. Она содержит в себе такие модели поведения, которые дают возможность удовлетворить базовые человеческие потребности [57, 4 – 19].

Основные тенденции развития современной культурной среды и инноваций неизбежно влекут за собой поиск новых форм работы со зрителем, нетрадиционных подходов к изучению, экспонированию, популяризации материала, а также предполагают обмен информацией в библиотеке, выставочном зале, выставочном центре, доме культуры, театре, культурном центре, галерее и музее. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. в своем труде «Инновации в социокультурном сервисе и туризме» рассматривают инновацию как «разносторонние организационно-управляющие нововведения, состоящие в целенаправленных изменениях, производимых на разных уровнях индустрии туризма» [33, 7]. Они считают необходимым создание центров культурной, научной, просветительской, туристической деятельности. Основными целями создания таких центров являются разработка и воплощение новой модели культурной деятельности в регионе путем создания интерактивной зоны общения по проблемам истории, культуры и искусства древних обществ и цивилизаций, их роли и места в мировом историческом процессе, а также их влияния на современный мир, разработка электронных версий экспозиций музеев.

С индустриализацией в обществе технические средства в работе музея и методики проведения экскурсий устаревают. Происходит «переходный период» в работе музеев. В настоящее время существует широкая индустрия развлечений, которая уводит музей на второй план, и меняется структура музеев – появляются новые подразделения, целью которых становится информационная коммуникация. С данным утверждением согласен исследователь Лебедев А.В., который в своем труде «Музейные представительства в интернет. Российский и зарубежный опыт» говорит о том, что при помощи представительства музея в интернете, музей может стать лучше интегрирован в систему мировых и российских профильных организаций, может появиться возможность открыть свои коллекции новым способом. Представительство способствует процессу обмена информацией, привлечению ресурсов [40, 73 – 82]. Таким образом, сайт может превратиться в экспериментальную площадку для музейного проектирования. Официальные сайты необходимы музеям, но не просто для информации сервиса музея, но и для виртуального музея и электронных альбомов.

В приведенном Центром прикладных экономических исследований и разработок НИУ ВШЭ исследовании «Доступность российских музеев: внутренние и внешние факторы влияния» приводятся данные 2014 г., которые являются тревожным фактором для всей культурной сферы: «музеями интересуются и посещают их лишь 16 % россиян, 70 % не знают о музеях и не интересуются, а еще 14 % знают о музеях, но не посещают их» [9]. Чтобы заинтересовать посетителей, работники музея вынуждены использовать инновационные способы работы. Такой исследователь, как Наседкин К.А. в своей статье «Компьютеризация российских музеев: от простого к сложному» высказал идею о том, что в каждом музее компьютеризация проходит по-своему. В первую очередь, это зависит от администрации и наличия квалифицированных кадров. Необходимо привлекать молодых, энергичных студентов, которые владеют компьютерными технологиями и знанием

английского языка, которые не только смогут оказать помощь в освоении информационно-коммуникационных технологий, но и привнести инновацию [45, 89 – 95].

С индустриализацией в обществе преобразуется и «место читателя». Будущее библиотек определяют именно информационно-коммуникационные технологии. Исследователь Захарова Н.Б. привлекает внимание к виртуальной выставке, которая является «синтезом традиционного книжного и новейшего электронного способов предоставления информации» [31, 46 – 54]. Главная задача выставочной деятельности – раскрытие фондов библиотеки, а задачи, которые библиотека решает с помощью виртуальных выставок, является привлечением внимания к чтению, облегчение поиска информации.

С помощью инструментов сетевого маркетинга и сетевых технологий (мобильные, фотографии, видеосервисы, RSS, электронные библиотечные системы) библиотеки могут не только информировать читателей о своей деятельности, но и анализировать имеющиеся в фонде ресурсы, организовывать рекламные компании и публичное лоббирование библиотечной деятельности, изучать запросы потребителей информационных услуг. Таким образом, библиотека способна определить содержательное наполнение своей деятельности и сделать прогноз будущего развития.

Музеи интенсивнее, чем библиотеки внедряют в свою работу информационно-коммуникационные технологии. Помимо виртуальных выставок они используют в работе аудиогиды, сенсорные киоски, мобильные приложения, QR-коды. «Аудиогид – фонограмма, используемая для самостоятельного знакомства с экспозицией музея, выставки, местностью, а также устройство для ее воспроизведения» [46, 98]. По мнению Вишневецкой Е.В., Климовой Т.Б. и Богомазовой И.В. преимуществом аудиогиды является то, что «в отличие от бумажных путеводителей аудиогид можно слушать, с удовольствием рассматривая достопримечательности, а не листать страницы путеводителя, чтобы прочитать описание объекта» [19, 4].

«Сенсорный киоск – это прекрасная возможность презентовать всю организацию в целом или выставки в частности, отдельные услуги и при этом иметь обратную связь с пользователями» [38, 140]. Преимуществом сенсорного киоска от других информационно-коммуникационных технологий является быстрая доступность информации в самом культурном учреждении без общения с сотрудниками культурного учреждения.

Одним из средств работы с аудиторией являются мобильные приложения. По мнению сотрудника Молодежного центра Государственного Эрмитажа Дейнеки П. В. «диск – это устаревающая форма хранения данных» [24, 149], поэтому наиболее удобной формой являются мобильные приложения для разных устройств. С одной стороны мобильные приложения рассматриваются как «компьютерная программа, созданная специально для использования в мобильном телефоне, смартфоне или коммуникаторе, которая предназначена для выполнения той или иной задачи» [56, 418]. С другой стороны мобильные приложения мы рассматриваем как «современный инструмент, через который можно получать оперативную обратную связь» [37, 92]. Сегодня главным преимуществом мобильных приложений является широкий ряд возможностей для взаимодействия не только с постоянными посетителями, но и с «не музейной» аудиторией [24, 149]. К аудитории данного рода относятся люди с ограниченными возможностями или живущие далеко от музея. Особенно это актуально для России, которой свойственны обширные пространства.

Особенно актуальной инновацией является мобильное приложение QR-код. «QR-код (от англ. quick response – быстрый отклик) – это технология, позволяющая, в частности открывать Интернет-ресурсы, считывая двумерный графический код с помощью мобильного устройства» [22, 40]. Патрик Донелли отмечает несколько достоинств, данной технологии в целом: свобода для создания и использования – открытая технология; быстрое сканирование; высокая защита от ошибок коммуникации; информация может быть любой;

лично ориентированный опыт пользователя мобильного приложения [19, 41 – 46].

Данные достоинства, как быстрое сканирование, свобода для создания, высокая защита от ошибок коммуникации, присутствие любой информации, лично ориентированный опыт пользователя, можно отнести ко всем мобильным приложениям, используемым в культурной среде. Мобильные приложения как информационно-коммуникационная технология, пронизывая каждую деятельность в каком-либо учреждении культуры, способствуют развитию культуры и культурного учреждения. Таким образом, они упрощают поиск информации, привлекают внимание, создают интерактивную зону общения.

## 1.2. Специфика развития информационно-коммуникационных технологий

На рубеже 1980 – 1990-х годов многие страны провозгласили стратегической целью развития построение информационного общества. Программы развития нового общества, принятые в США, Японии, в странах Европы, оказали значительное воздействие на преобразование современных информационно-коммуникационных структур в целом.

С появлением компьютера (1943), интернета (1990) связано дальнейшее развитие высоких технологий. История мобильных приложений начинается приблизительно в это же время – 90-е гг. Отправной точкой для создания мобильных приложений стало появление на мобильном телефоне экрана. Первое программное обеспечение для телефонов представляло собой встроенные приложения, которые предназначались для выполнения конкретных функций телефона и устанавливались в устройство самими производителями. Первым мобильным приложением, отвечающим за работу телефона, можно считать телефонную книжку – та часть программного

обеспечения аппарата, которая упорядочивала контакты пользователя. Активное развитие мобильных приложений началось с 1997 года, когда появилась сотовая связь с технологией WAP, позволяющая выходить в интернет.

Мобильные приложения начали свое развитие, и на их основе появляется QR-код. В 1994 году в Японии компания «Denso-Wave» создала матричный код в целях облегчить считывание закодированной информации. Вместо штрих-кода, который сканируется лучом, стали использовать QR-код, который определяется сенсором. Уже в начале 2000 года QR-коды получили широкое распространение в Японии.

Одной из первых стран, сформировавших комплексный политический подход к реализации идеи информационного общества, стали Соединенные Штаты Америки. Направление государственной политики России в сфере интернета было определено правительством в 1996 – 1997 годах в ходе работы конференций и парламентских слушаний «Россия и Интернет: выбор будущего» и «О построении в России информационного общества», на которых большое внимание было уделено вопросам развития в России Интернета и его законодательного обеспечения.

Обсуждения показали отношение государства к проблемам Интернета в России. Общим направлением являлось мнение о глобальной сети, как об уникальной технологии обмена информацией и о новом уникальном средстве распространения массовой информации.

В начале 1980-х годов Международный Совет музеев (International Council of Museums – ICOM) заявил о необходимости внедрения информационных технологий в деятельность музеев. В мае 1996 года по инициативе трех крупнейших московских музеев – Московского Кремля, Пушкинского и Третьяковской галереи - была учреждена Ассоциация по документации и новым информационным технологиям в музеях (АДИТ). Инициативная группа (Дремайлов А.В., Ноль Л.Я., Перцев Д.Г.) вела работу по

подготовке учредительной конференции. Провести ее планировалось в мае 1996 года, для того чтобы оповестить музейное сообщество об этой идее [10].

В мае 1997 г. была основана первая ежегодная конференция АДИТ «Использование информационных технологий в музеях и практические результаты экспериментальных исследований», которая проходила в Санкт-Петербурге в Российском Этнографическом музее. На данной конференции присутствовало 100 участников, что может говорить о том, что в это время стали активно искать решение проблемы «Музей и Интернет». В то время появилась проблема повышения квалификации музейных работников. Необходимо было включаться в компьютерную сеть и развивать навыки. Новые коммуникационные возможности открылись перед музеем, даже при самом минимальном присутствии в интернете. В 2000-е уже существовали виртуальные экскурсии. Они выпускались на CD-ROM. Лебедев А.В. рассматривал российские электронные издания на CD-ROM по искусству и архитектуре, среди которых в то время были экскурсии «виртуальный Санкт-Петербург», «господин Великий Новгород», «Золотое кольцо России» [40, 74].

Основным документом, определявшим общее направление развития Интернета в нашей стране, была федеральная целевая программа «Электронная Россия» 2002 года. Она выражала позицию государства по отношению к Интернету и его будущему. Заложенные в ней идеи определяли развитие сектора информационно-компьютерных технологий в России. В программе было отмечено, что «обеспечение устойчивого социально-экономического развития страны требует перехода России к информационному обществу» [3]. Глобальный характер этого процесса предопределял неизбежность вхождения нашей страны в мировое информационное сообщество.

Принятие программы «Электронная Россия 2002-2010» являлось знаковым событием для России. Реализация программы позволила существенно повысить конкурентоспособность страны во всех сферах жизни общества за счет повышения качества продукции и услуг, роста качества жизни граждан,

сократила отставание от развитых стран мира и обеспечила развитие процессов международной интеграции.

Сфера информационных технологий является одним из направлений деятельности Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. В 2008 году был проведен «анализ использования информационно-коммуникационных технологий для развития регионов России». В среднем по России в 2006 г. доля музеев, имеющих доступ к интернету, составляла 32,1 %, объем электронных каталогов в музеях составлял 15,7 % от общего объема фондов. По всему спектру показателей наблюдался большой разрыв между регионами России и неравномерность внедрения ИКТ в учреждениях культуры [11].

В настоящее время действует государственная программа «Информационное общество», разработанная для создания целостной и эффективной системы использования информационных технологий, при которой граждане получают максимум выгод. Данная Государственная программа запланирована на 2011-2020 гг. Основным исполнителем является Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Программа состоит из четырех подпрограмм: «Информационно-телекоммуникационная инфраструктура информационного общества и услуги, оказываемые на её основе», «Информационная среда», «Безопасность в информационном обществе», «Информационное государство». Одним из направлений подпрограммы «Информационное государство» является «развитие сервисов на основе информационных технологий в области образования, науки и культуры» [7, 40]. Исполнителями данной подпрограммы являются Минкомсвязь, Минздравсоцразвития, Минобрнауки. «К 2020 году планируется увеличить долю населения, пользующуюся электронными государственными услугами, с 11 % (показателя 2010 года) до 85 %» [6, 43].

Министерством культуры Российской Федерации в настоящее время осуществляются такие федеральные программы как государственная программа



«Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы, целевая программа «Культура России 2012-2018 годы» и целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». В программе «Культура России (2012-2018 годы)» одной из задач является информатизация отрасли, которая осуществляется в рамках направления по внедрению информационно-коммуникационных технологий, все сферы культуры информатизации отрасли, а также в рамках некоторых мероприятий направления по сохранению культурного наследия. «Степень решения указанной задачи оценивается следующими показателями: доля учреждений культуры, имеющих свой информационный портал, в общем числе учреждений культуры (в 2018 году планируется довести этот показатель до 94 %); увеличение количества библиографических записей в сводном электронном каталоге библиотек России по сравнению с предыдущим годом (в 2018 году планируется повысить до 2,3 %); доля объектов культурного наследия, информация о которых внесена в электронную базу данных единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, в общем количестве объектов культурного наследия (в 2018 году планируется довести до 52 %)» [2, 9].

В программе «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы одним из ожидаемых результатов является «перевод отраслей культуры и туризма на инновационный путь развития, превращение культуры и туризма в наиболее развитые и привлекательные сферы общественной деятельности, в том числе через широкое внедрение информационных технологий» [8, 21]. По поставленным задачам данных федеральных программ можно сделать вывод о том, что информационно-коммуникационные технологии являются ключевым способом развития инноваций в России во всех сферах жизни общества.

На мировом рынке Россия отстает по информационно-коммуникационным технологиям. По данным «International Telecommunication Union: The ICT Development Index» 2015 года индекс развития информационно-

коммуникационных технологий в России составляет – 6, 91. Россия в данном списке на 45 месте. Эти показатели касаются доступа к информационно-коммуникационным технологиям, использования информационно-коммуникационных технологий, а также навыков, то есть практического знания этих технологий населением страны, охваченных исследованием. Авторы исследования подчеркивают, что уровень развития информационно-коммуникационных технологий сегодня является одним из наиболее важных показателей экономического и социального благополучия государства. Организация публикует индекс на регулярной основе, что позволяет странам следить за изменениями во временной динамике [58].

Таким образом, анализируя специфику развития информационно-коммуникационных технологий, их появление в 1880-1990 годах способствовало становлению информационного общества. Первым, кто начал заниматься проблемами информационных технологий в культурной среде, стала ассоциация АДТИТ. Мобильные приложения изначально создавались исключительно для технической стороны мобильных телефонов. В дальнейшем стали носить развлекательный характер. А с 2008 года после первого запуска инновационной модели приложения, их начали рассматривать в разных сферах общества. Проблема начала рассматриваться с позиции культурной политики России. Были созданы программы, направленные на развитие информационного общества: «Электронная Россия», «Информационное общество». «Современную эпоху справедливо называют информационным веком. Новые технологии, глобальные коммуникационные сети охватывают практически все сферы деятельности человека и общества. Они на глазах меняют качество жизни людей, способствуют глобализации экономики и гуманитарного пространства», – В.В. Путин, заседание Совета Безопасности Российской Федерации, 1 октября 2014 г.

## 2. СУЩНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ

### 2.1. Мобильные приложения как эффективная форма хранения и трансляции культурных ценностей

Культура в современной жизни человека является неотъемлемой частью его развития. Она играет важную роль в жизни общества, которая состоит, прежде всего, в том, что культура выступает средством аккумуляции, хранения и трансляции человеческого опыта. В современной культурной среде происходит упадок нравственных ценностей, поэтому главной стратегической задачей государства в настоящее время является поиск эффективных форм развития культуры.

Роль культуры реализуется через ряд функций: образовательно-воспитательная, интегративная и дезинтегративная, регулирующая, функция трансляции (передачи), познавательная (гносеологическая), регулятивная (нормативная), знаковая, ценностная (аксиологическая).

При помощи трансляции происходит передача культурных ценностей как от одного поколения к другому, так и в синхронном разрезе внутри общества, между странами и народами. В XX веке крупнейший российский социолог Сорокин П.А. подчеркивал, что культура – это система ценностей, с помощью которых общество интегрируется, поддерживает функционирование и взаимосвязь своих институтов [55, 10]. Временное измерение культуры относится как к прошлому, так и к будущему, что проявляется в перспективных ориентациях, планировании действия, нововведениях и открытиях, выводящих общество на новые рубежи. Чем больше накопленный объем информации культурой, правильно отражающий ее собственные черты и черты внешнего мира, чем меньше утраты и свободнее доступ к этой информации, тем эффективнее будет развиваться культурная среда.

Доступ к информации, ее хранение и трансляцию в современном мире предоставляет мобильное приложение. Мобильные приложения становятся все более популярными в жизнедеятельности общества. Информация может быть различного характера, но чаще всего это информация о сервисе какой-либо организации или учреждения. Например, информация о часах работы, истории или цен посещения какого-либо учреждения культуры.

Самыми популярными мобильными приложениями в культурной среде России являются QR-код, аудиоэкскурсия, путеводитель (Москва–Moscow, Экскурсии по Санкт-Петербургу), виртуальная экскурсия (Музей Эрмитаж, Русский музей, GallerA), новости о культуре (Новости России). Мобильные приложения могут использоваться для игры с посетителями, что не актуально для России. Американский музей естественной истории, например, в работе с посетителями использовал приложение-игру «The Power of Poison: Be a Detective» в поддержку выставки, которая проходила в августе 2014 года. Игра позволила побывать в роли детектива и расследовать случаи отравлений.

В современное время существует несколько проектов по разработке и распространению мобильных приложений в культурной среде России. Например, в крупнейших городах России активно развивается проект «Audiogid.ru» и начинает также разрабатывать свои проекты в провинциях с помощью приложения izi.TRAVEL. Обычно аудиогид состоит из нескольких аудиофрагментов. Фрагменты нумеруются и привязываются к схеме (карте) осматриваемой местности, музея, или к номерам экспонатов. Если аудиогид предполагает связный и законченный рассказ из фрагментов, то его также называют аудиоэкскурсией. Аудиогиды широко распространены за рубежом, все больше они появляются и в России. Они создаются как музеями, так и независимыми разработчиками, которые могут создать аккаунт, с помощью которого возможно добавлять собственные экскурсионные маршруты. С помощью данной функции любой культуролог может реализовать свои идеи и зарекомендовать себя.

Аудиогиды можно разделить на две основные группы по типу: аудиогиды на базе специальных устройств (плеер, приемник); аудиогиды на базе стандартных мобильных устройств – смартфонов, планшетов (мобильные аудиогиды). Для музеев аудиогиды являются одним из сервисов для посетителей и обычно предоставляются за отдельную плату. А аудиогиды с мобильных устройств находятся в широком доступе [36, 170].

Например, приложение Аудиогид по Эрмитажу, которое предлагает прослушать информацию на основные темы, по которым Эрмитаж предлагает информацию. Вначале приложение предлагает прослушать «введение» – приветственное слово. И остальные темы на выбор: история Эрмитажа, проекты и мероприятия, формирование коллекций Эрмитажа, коллекции Эрмитажа, первобытное искусство, античность, культура и искусство Востока, культура Руси, русское искусство восемнадцатого века, русское искусство девятнадцатого века, отдел западноевропейского искусства, итальянское искусство, испанское искусство, нидерландское искусство, голландское искусство, фламандское искусство, немецкая живопись, французская живопись, английская живопись, искусство девятнадцатого века, импрессионизмы и постимпрессионисты, искусство двадцатого века и скульптура. Продолжительность самого большого аудиофайла составляет 16 минут. На наш взгляд, 16 минут самое оптимальное время для воспроизведения основной информации.

«Плюс» мобильного аудиогида состоит в просмотре экскурсии и прослушивании аудиофайла, не находясь в музее. Также, виртуальные 3D-экскурсии, которые сопровождают аудио экскурсии по залам музея, стимулируют интерес посетителей к экспозициям.

Активно развиваются различные проекты путеводителей по России. В мобильном приложении – путеводителе вводиться ориентир, на который направляет программа [54, 26]. Например, путеводитель по Санкт-Петербургу iSpbGuide, по столицам стран Европы REDIGO. Существуют мобильные

приложения по разным странам в зависимости от вида экскурсии: речная, автомобильная или тематическая – GPS-путеводитель. Существуют путеводители, помогающие сформировать маршрут не только в одном городе, но и между странами. Например, Ever.Travel.

Следующее эффективное средство для хранения и трансляции культурных ценностей является виртуальная выставка. Виртуальная выставка – это «новый вид информационно-библиотечного обслуживания пользователей, синтез традиционного и новейшего способов предоставления информации» [31, 47]. Виртуальные выставки могут выступать в форме каталога с описанием объектов, либо в форме панорамы. Панорама чаще всего используется на официальных сайтах культурных учреждений, представляя собой обзор выставки. Например, «Русский музей: виртуальный филиал». Виртуальные экскурсии по Русскому музею дают возможность увидеть снаружи Михайловский дворец, корпус Бенуа, Михайловский сад, Михайловский замок, Мраморный дворец, Строгановский дворец, Летний сад, Летний сад Петра I и домик Петра I. Посетить 12 залов Русского музея в виртуальной реальности.

В форме каталога виртуальная выставка используется в работе музеев и в работе библиотек. Основа каталога – совокупность библиографических описаний и иллюстративный материал. Данные выставки знакомят читателей с внешним видом и содержанием представленных изданий, биографиями деятелей, которым они посвящены, в них представлен разнообразный иллюстративный материал (портреты, фотографии, репродукции картин, виды городов), снабжены библиографическими списками по теме [28, 140 – 156]. В настоящее время нет мобильных приложений, которые отражают выставки существующих библиотек. В основном мобильное приложение отражает набор литературы в виртуальной библиотеке, не существующей в реальной жизни. Примерами данных виртуальных библиотек могут быть LitRes и Bookmate, которые обеспечивают выдачу качественного контента – электронных книг в текстовом и аудиоформате.

Большую роль в культурной среде играют мобильные приложения, которые представляют информацию из новостей о событиях в культуре. Такими приложениями могут быть РИА новости или Новости России ALLNews. Они представляют собой каталог с различными видами новостей. Например, РИА новости помогает пользователям получить мгновенную информацию к последним новостям федерального, регионального и международного масштаба: новости экономики, политики, экологии, спорта, науки и культуры. Одним из возможностей приложения является сохранение материалов в папку «Избранное» для отложенного чтения.

Такое мобильное приложение, как QR-код набирает значительную популярность в культурной среде. В настоящее время QR-код активно развивается в регионах Российской Федерации. Во многих областях появляются проекты, созданные для улучшения качества услуг не только в маркетинге, но и в сфере культуры. С помощью мобильного устройства, обладающего фотокамерой и возможностью выхода в Интернет, считав QR-код на информационной табличке, любой желающий сможет перейти на страницу сайта, посвященного памятнику культуры, ознакомиться с представленной информацией, прослушать аудиозапись, просмотреть фотографии и видео.

Существуют сайты и приложения помогающие сгенерировать QR-код самостоятельно. Быстрый поиск Google по категории «генератор QR-кода» – множество мест, где можно создать собственные штрих - коды. Например, QR–генератор, с расширенным функционалом PHP QR Code and Data Matrix Generator. Или мобильное приложение Сканер штрих – кодов [55, 98 – 103].

В России намечаются устойчивые тенденции в развитии информационного общества. Благодаря мобильным приложениям становится возможным быстрое получение информации, хранение и трансляция культурных ценностей. Средствами их трансляции становятся путеводители, аудиогиды, QR-код, виртуальные выставки, новости о культурной среде. Таким образом, рассмотрев мобильные приложения в культурной среде можно

отметить, что они являются эффективной формой трансляции и хранения культурных ценностей, играют большую роль в развитии современного общества.

## 2.2. Мобильные приложения как средство продвижения культурного потенциала региона

Культурный потенциал региона выражен в его культурно-историческом наследии. Благодаря высокой посещаемости края туристами, происходит рост доходов в экономику региона. Большой поток туристов способствует росту производства туристского продукта, увеличение объемов продаж туристического пакета услуг, что способствует появлению новых объектов и увеличению эффективности существующих объектов и повышению качества услуг [23, 37 – 46].

Туризм и путешествия – это одна из крупнейших в мире отраслей, которая является мощным стимулом как экономического, так и культурного развития. Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов – это инновационное средство стимулирования культурного туризма. Культурный туризм становится самым популярным и массовым видом и охватывает собой посещение исторических, культурных или географических достопримечательностей [18, 101 – 109].

Необходимость мобильных приложений обусловлена усложнением культурной ситуации XXI века. Она характеризуется появлением новых категорий органов управления взаимодействующих с музеями и другими культурными учреждениями, ростом научно-технических разработок, а также большим потоком туристов, желающих посетить исторические, культурные или географические достопримечательности [52, 50 – 55]. Рост туристов в регионы страны может быть обусловлен современной экономической ситуацией в мире, невозможности посетить культурные места других стран.



Большое внимание должно уделяться культурному потенциалу региона. Историко-культурный потенциал является основой познавательного туризма. Он представлен различными видами исторических памятников, мемориальных мест, народными промыслами, музеями, то есть сочетаниями объектов материальной и духовной культуры. В историко-культурный потенциал входит вся социокультурная среда с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности [17, 63].

Историко-культурный потенциал Белгородской области базируется на уникальности историко-культурного наследия и включает множество объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. Культурная среда Белгородской области уникальна и разнообразна, она представляет посетителям и туристам множество возможностей получить новые знания. Например, знакомство с литературой и искусством. Белгородская область – это родина художников Безперчего Д.И., Ефимова Н.Е., Косенкова С.С., Курбатова М.А., Хвостенко А.В. и др., музыкального просветителя Слатина И.И., литературного критика и философа Страхова Н.Н., великого актера Щепкина М.С.

Каждая эпоха оставляет свой след в виде памятников истории, археологии, градостроительства и архитектуры, искусства и исторических документов. Как засвидетельствовано в постановлении Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 года № 526-пп «Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014-2020 годы», на территории Белгородской области расположено 2172 объекта культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия, 655 выявленных объектов культурного наследия [5, 13]. К объектам культурного наследия относятся материальные и духовные ценности,

созданные в прошлом и имеющие значение для сохранения и развития самобытности народа, его вклада в мировую цивилизацию [5, 3].

Связующим звеном времени, страницами истории земли Белгородской являются военные подвиги российских воинов. На памятники воинской славы и воинские захоронения приходится 782 объекта [5, 13]. Белгородская область явила миру почетных граждан, участников Великой Отечественной войны: Бондарев А.Л., Ватутин Н.Ф., Величко К.И., Волков А.Н., Сухоруков Д.С. и др.

Белгородская область богата достаточными ресурсами для проведения археологических раскопок. Практически во всех районах области существуют такие объекты (908 объектов), как городища, остатки древних поселений, дорог, древние места захоронений, каменные изваяния, старинные предметы, участки исторического культурного слоя древних населенных пунктов, за исключением Краснояружского и Ровенского районов. В Валуйском и Волоконовском районах их насчитывается более 150 [5, 14].

Белгородская область знаменита архитектурной культурой. Она включает в себя архитектурные комплексы, ансамбли, исторические центры, кварталы, площади, улицы, остатки древней застройки городов, сооружения гражданской, промышленной, военной, культовой архитектуры, народного зодчества, а также связанные с ними произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного, садово-паркового искусства, пригородные ландшафты. В Белгородской области находится 245 памятников архитектуры [5, 15]. Наиболее ценные из памятников архитектуры, относящиеся к XVIII–XIX векам: дом купца Селиванова, Преображенский собор, «Круглое здание», дом Любивога, Михайлоархангельская, Троицкая и Крестовоздвиженская церкви с интерьером. Интересные памятники XIX века – усадьба купца Корнева и усадьба Карамзиной-Клеймихель А.А.

Белгородская область или «Святое Белогорье» знаменито объектами архитектурно-религиозного характера: Воскресенской церкви, храма святителя Тихона Задонского, Смоленского, Успенско-Никольского соборов, Покровской

церкви и многих других. Данные памятники, являясь частью религиозного ландшафта, представляет интерес и с архитектурной точки зрения, так как являются объектами XVIII-XIX веков.

Особое место в историко-культурном наследии занимают архитектурно-парковые комплексы дворянских усадеб. В Белгородской области находится 11 памятников садово-паркового искусства и 2 достопримечательных места: парки Станкевичей в с. Муходеровка, Градовских в с. Шидловка, липовая аллея и плодовый сад в с. Сабынино [15, 114]. На территории Белгородской области существовали 12 усадеб: Черкасских, Раевских, Шереметьевых, Васьковых, Колмыковых, Юсуповых, Волькенштейн Г.С., Станкевич И.В., Барятинских. Действуют усадьба Раевских в селе Хворостянка, крестьянская изба в бывшем имении Щепкина М.С. в Алексеевке, усадьба Градовских в с. Шидловка [48, 158 – 163].

Проблема изучения и сохранения культурно-исторического наследия нашей страны приобретает в современных условиях особую значимость, ввиду региональных особенностей. Информационно-коммуникационные технологии являются эффективной формой продвижения культурного потенциала.

«Международный опыт показывает, что высокие технологии, в том числе инновационные и телекоммуникационные, уже стали локомотивом социально-экономического развития многих стран мира, а обеспечение гарантированного свободного доступа граждан к информации – одной из важнейших задач государства» [4, 6]. На примере Белгородской области, свидетельством того, что проблемы информатизации общества начинают рассматриваться, является государственная программа, реализуемая в настоящее время: «Развитие информационного общества в Белгородской области на 2014-2020 годы». Целью государственной программы является «получение гражданами и организациями преимуществ от применения информационных и телекоммуникационных технологий» [4, 6]. Намечены конечные результаты государственной программы: удовлетворение граждан качеством

предоставляемых услуг до 90 %, пользование гражданами услуг в электронной форме до 85 % и обеспечение доступа в интернет органам исполнительной власти, местного самоуправления на 100 % [4, 15].

Тенденция развития информационного общества намечена и в социокультурной сфере Белгородской области. Целью государственной программы «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014 - 2020 годы» является «создание условий для комплексного развития культурного потенциала, сохранения культурного наследия и гармонизация культурной жизни Белгородской области» [5, 4]. В государственной программе одними из решений поставленных задач являются «внедрение новых информационно-коммуникационных технологий в деятельность библиотек, перевода информационных ресурсов в электронную форму, развитие системы обмена информацией с помощью глобальных компьютерных систем», и «создание инфраструктуры доступа населения к музейным коллекциям с использованием сети Интернет» [5, 10].

Технический прогресс проникает в культурный туризм: разрабатываются и предлагаются туристам уникальные мультимедийные путеводители для мобильных телефонов, работающих при помощи GPS-навигации. Рынок мобильных экскурсионных приложений в области культурного туризма представлен следующими возможностями: переводчики (Google, Translate.ru), бронирование отелей (Hotellook, Booking), покупка билетов (Aviasales, Scyscanner), путеводители (TravelMe), поиск попутчиков (BlaBlaCar), аренда автомобилей (Sixt), карты (2ГИС). Появляются мобильные приложения, которые выступают как интерактивные гиды в городской среде или в культурном учреждении. В России они используются в крупных городах (Москва-Moscow, Экскурсии по Санкт-Петербургу) и в крупных музеях страны (Музей Эрмитаж, Русский музей, GallerA) [35, 126].

Мобильные приложения рассказывают о культурном наследии региона. Благодаря мобильным приложениям активно развивается региональный

туризм. Сегодня существуют мобильные приложения, которые направлены на широкую аудиторию пользователей, и, которые рассчитаны на отдельные учреждения культуры региона. Например, Белгородский государственный литературный музей – один из научно-исследовательских и научно-просветительских центров области, первым представил аудиоэкскурсии с помощью мобильного приложения.

На сегодняшний день, мобильные приложения играют большую роль в жизни общества, так как они упрощают поиск информации о памятниках культуры (произведения архитектуры, монументальной скульптуры и живописи), позволяют быть активным участником культурных мероприятий, делают более доступной необходимую информацию для разных слоев населения.

Пользование аудиогидами позволяет узнать информацию о тех экспонатах, которые интересуют больше всего. Посетителю достаточно нажать соответствующую цифру, чтобы прослушать информацию. Еще одно достоинство этого автоматического экскурсовода в том, что информация доступна для прослушивания в любом удобном темпе. Возможность сделать паузу или вернуться обратно, не дожидаться набора группы и прослушивать экскурсию самостоятельно. Оснащенность музея аудиогидами повышает уровень обслуживания.

Преимущество использования путеводителей в организации самостоятельного путешествия, свободы выбора направления и времени. По сравнению с бумажными картами: компактность и широкие функциональные возможности. По сравнению с интернет – ресурсами, приложения – путеводители не требуют постоянно подключения к сети.

Использование QR-кода в культурной среде позволяет получить информацию моментально. Использование технологии QR-кодов позволяет пользователю быть соучастником созидательной практики в виртуальном мире реального культурного учреждения, что качественно меняет характер

существующих взаимосвязей и требует от учреждения проявления большей творческой активности [22, 42].

Виртуальная выставка, выполненная эффективно с дизайнерской и технической точки зрения, позволяет привлечь целевую аудиторию, транслировать фонды, повысить репутацию и создать положительный образ библиотеки. Выставка способствует пропаганде чтения и популяризации важных тематических направлений. Одно из важнейших преимуществ виртуальной выставки – это многофункциональность, использование не только в виртуальном пространстве, но и на выездных мероприятиях [12, 378 – 379]. Приложения, транслирующие новости о культурной среде, информируют население и это их основная функция. А также, привлечение внимания и пропаганда.

Мобильные приложения становятся инновационным способом социокультурного развития общества. Они являются элементом создания единого информационного пространства в сфере культуры и региональном туризме, выступают эффективной формой продвижения культурного потенциала и трансляции культурных ценностей. Среди таких мобильных приложений: аудиогиды, QR-код, путеводители, виртуальные выставки, новости о культурной среде.

### 3. МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

#### 3.1. Роль информационных технологий в культурной сфере Белгородской области

В Белгородской области намечена тенденция развития культуры. В «концепции проектирования социально-культурных кластеров в муниципальных образованиях Белгородской области на 2012-2017 годы» говорится о том, что «современное понимание роли и значения культуры в решении задачи повышения качества жизни населения области определяет необходимость сохранения и развития единого культурного и информационного пространства на всей территории области» [1, 3].

Был проведен опрос мнения студенческой молодежи об активности использования информационных технологий и их роли в культурной сфере. В анкете респондентам были предложены вопросы и варианты ответов на них (приложение 1). Необходимо было выбрать в каждом вопросе ответ, который соответствует их мнению. Если вариант ответа не удовлетворял респондента, то он мог в графе «свой вариант ответа» сформулировать собственное видение. В предложенных анкетных вопросах можно было выбрать представленный вариант и свой одновременно. В опросе приняли участие 100 респондентов. Генеральной совокупностью явилась студенческая молодежь в возрасте от 18 до 25 лет, из которых 79 % студенты НИУ БелГУ, 16 % студенты БГТУ им. В.Г. Шухова, 5 % студенты БУКЭП.

Целью нашего научного исследования было выявление уровня активности использования информационных технологий и их роль в культурной сфере. Сквозь призму сферы мобильных приложений как социокультурного ресурса раскрываются важнейшие аспекты интереса студенческой молодежи к культуре области. Представленные в данном исследовании материалы являются своего рода документом времени, который

отражает специфику развития мобильных приложений на 2016 год в Белгородской области.

Опрос проводился в течение значимого для отечественной культуры времени, в 2016 год кино, который последовал за годом литературы (2015 год) и годом культуры (2014 год), а также экономических изменений в мире, которые дали толчок для развития регионального культурного туризма в России.

В контексте социальных трансформаций менялись намеченные тенденции развития информационного общества в культурной среде, о чем говорят программы, намеченные в России и Белгородской области.

Данные опроса показывают интерес молодежи к природному и культурному наследию края. Больше интересуются природным или культурным наследием края, чем не интересуются 42 % респондентов. Однозначно интересуются 28 % респондентов. Больше не интересуются культурным или природным наследием края, чем интересуются 21 % студенческой молодежи. Однозначное «нет» ответили 9 %. По результатам ответа на данный вопрос можно сделать вывод, что студенческая молодежь заинтересована в природном и культурном наследии края (рис. 3.1.).

На вопрос, какое значение респонденты вкладывают в понятие культурное наследие, 47 % респондентов ответили, что культурное наследие – это «совокупность объектов культуры и природы, отражающих этапы развития общества и природы и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации». Такое же число респондентов (47 %) считают, что культурное наследие – это «часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями, выдержавшая испытание временем и передающаяся поколениям как нечто ценное и почитаемое». В понятие культурной ценности вложили значение экономической ценности, которое является и общественным благом, включает эстетические, исторические, социальные, духовные и образовательные ценности 5 % респондентов. Данные



свидетельствуют о том, что студенческая молодежь определяет больше культурное наследие как совокупность культурных, природных объектов и духовной культуры, чем как экономическую составляющую (рис. 3.2.).

Данные опроса показывают, что молодое поколение предпочитает использовать мобильные приложения для получения информации о культурном наследии. Рассказ экскурсовода предпочли бы 29 % респондентов. Перед походом в культурное место стали бы искать информацию заранее в книгах или интернете 16 % респондентов. Предпочли бы использовать мобильные приложения, как персональный гид по музеям 15 %. Предпочли бы использовать путеводители различного рода 13 % респондентов, работу в компьютере или мультимедийный киоск в зале музея 9 % респондентов. Предпочли бы проконсультироваться с сотрудниками музея, смотрителями 8 %, 5 % использовали бы аннотации и этикетки в зале. Только 4 % респондентов предпочли бы использование аудиогuida – плеера и 1 % использование QR-кода. По результатам исследования мы видим, что в основном для получения информации в музее обращаются к экскурсоводу или используют книги и интернет, чтобы подготовиться заранее. Информационно-коммуникационные технологии в малом количестве используют при посещении культурных учреждений. Самым популярным видом из них является мобильное приложение, так как это средство более распространено в Белгородской области, нежели аудиогиды и QR-коды (рис. 3.3.).

Данные опроса показывают мнение о пользе мобильных приложений. О том, что мобильные приложения предоставляют быстрый доступ к информации, считают 52 % респондентов. Мобильные приложения могут выступать в виде связи с объектом, так считает 24 %. Мобильные приложения как развлечение рассматривают 17 % респондентов. И только 7 % считают, что мобильные приложения помогают развитию. Ни один из респондентов не высказал точку зрения, что мобильные приложения не несут никакой пользы. В

«своем варианте ответа» был ответ о том, что мобильными приложениями не пользуются, но они могут быть полезны (рис. 3.4.).

Данные опроса показали, какими информационными приложениями, действующими в Белгородской области, респонденты пользуются. Самым популярным информационным приложением является Go31. На основе показателей опроса им пользуются 46 % респондентов. Приложением Культурная афиша пользуются 27 % респондентов. Не пользуется никакими информационными приложениями 9 % респондентов. Используют мобильное приложение 2ГИС для получения информации 6 % респондентов, приложение Klub31 3 % респондентов и 2 % пользуются приложением QR-код. При помощи поисковых систем (google, яндекс) получают информацию 4 % респондентов. И 2 % респондентов упомянули такие приложения как 2do2goи TopTripTip (рис. 3.5.).

По данным опроса можно определить, в каких культурных местах больше всего разработаны информационные технологии. Пользовались информационными технологиями в музеях 27 % респондентов, в достопримечательном месте (места бытования народных художественных промыслов; центры исторических поселений, остатки построек древних городов) 26 % респондентов. И точно такое же число респондентов (26 %) ответили, что пользовались информационными технологиями в библиотеках. Пользовались информационными технологиями при рассмотрении памятника культуры (архитектура, скульптура) 16 % респондентов. Пользовались информационными технологиями во всех перечисленных культурных местах 2 % респондентов. И 3 % респондентов нигде не пользовались информационными технологиями из перечисленных культурных мест. По результатам ответов на данный вопрос можно сделать вывод о том, что больше всего информационные технологии используются и распространены в музеях (рис. 3.6.).

Данные опроса показывают, какими средствами из информационных технологий студенческая молодежь пользовалась в случае изучения культурного объекта. Рассказом экскурсовода для получения информации пользовались 25 % респондентов, 21 % респондентов использовали книгу или интернет (заранее знакомились с информацией, чтобы быть подготовленным к получению дополнительной). Путеводители использовали 11 % респондентов. Мобильное приложение (персональный гид по музеям) использовали 11 %. Пользовались аннотациями, этикетками в зале 11 %, консультацией сотрудника музея 8 % респондентов, 7 % использовали компьютер или мультимедийный киоск в зале музея, 4 % использовали аудиогид – плеер. Использовали QR-код 1 % респондентов и 1 % респондентов использовали все перечисленные средства информационных технологий. По результатам можно сделать вывод, что больше всего пользовались при изучении культурного объекта услугами экскурсовода или заранее искали информацию в книгах или интернете (рис. 3.7.).

Анализируя эмпирические данные, можно сделать вывод о том, что студенческая молодежь желает получать информацию при помощи информационных технологий. При помощи информационных технологий предпочитают изучать историческую справку 23 % респондентов, получать информацию о новостях 21 % респондентов. Предпочли бы получать информацию о выставках 15 %, представления о коллекциях 9 %, о наиболее известных шедеврах 9 %. Желают получать информацию о состоянии объекта 8 % респондентов, данные паспорта объекта культурного наследия 7 % респондентов, сведения о сервисе культурных учреждений 3 % респондентов. Желают получать информацию обо всем, как можно больше 3 % респондентов. И 2 % респондентов хотели бы при помощи информационных технологий получать информацию о ценности объекта. При помощи информационных технологий респонденты больше всего предпочли бы получать историческую

справку о культурном учреждении или культурном объекте и информацию о новостях (рис. 3.8.).

Актуальным вопросом в сфере культуры является вопрос о полной замене живого общения с экскурсоводом информационными технологиями. О том, что информационные технологии скорее не заменят живое общение, чем заменят, считают 45 % респондентов. О том, что скорее технологии заменять живое общение, чем не заменят, считают 21 % респондентов, что «определённо нет» считают 17 % респондентов, определено могут заменить 9 % респондентов. Не знают ответа на данный вопрос 3 %. О том, что информационные технологии и живое общение дополняют друг друга, ответили 3 % респондентов. И 2 % респондентов высказали идею о том, что информационные технологии в настоящее время не заменяют живое общение, а через 5-10 лет смогут заменить его (рис. 3.9.) [36, 169].

В современной культурной сфере Белгородской области мы видим результаты повышения уровня культуры в России и процесса информатизации. По данным исследования можно отметить, что интерес к природному и культурному наследию присутствует в интересах молодежи (42 % - больше да, чем нет; 28 % - да). Понятие «культурное наследие» только 5 % респондентов рассматривают как экономическую ценность и общественную. Рассказ экскурсовода предпочли бы 29 % респондентов и 15 % использование мобильных приложений для получения информации. А на практике при изучении культурного объекта респонденты прибегали к рассказу экскурсовода в большинстве случаев – 25 %, 21 % - готовились заранее, 11 % - пользовались путеводителями и 11 % - мобильными приложениями. Оценивая процентное соотношение предпочтений и практических действий, мы видим, что они не совпадают. Из этого можно сделать вывод, что либо культурные учреждения не могли предоставить современные информационно-коммуникационные технологии для пользования, либо со временем предпочтения изменились.

Мобильные приложения имеют достаточно функций. Пользу мобильных приложений в быстром получении информации признали 52 % респондентов. И только 17 % респондентов высказали точку зрения, что мобильные приложения нужны для развлечения. Самыми распространенными приложениями в Белгородской области по результатам опроса стали GO31 и Культурна афиша. Больше всего респонденты пользовались информационными технологиями в музее (27 %). И не смотря на то, что в библиотечной деятельности информационно-коммуникационные технологии меньше распространены (виртуальные выставки, виртуальный каталог), чем в музейной (мобильные приложения, QR-код, сенсорные киоски и т.д.) деятельности, по результатам опроса в библиотеках также пользовались информационными технологиями (26 %). Так же как в библиотеке в достопримечательных местах также использовались информационно-коммуникационные технологии (26 %).

Говоря о том, какую информацию респонденты хотели бы получать при использовании информационно-коммуникационных технологий, то в основном высказались о предпочтении исторической справки культурного объекта (23 %), новостей культурных учреждений или культуры (21 %) и информации о выставках (15 %). Возвращаясь к актуальному вопросу о том, что важнее: высокие технологии или живое общение, 45 % студенческой молодежи ответили, что информационно-коммуникационные технологии не могут заменить живое общение. И 21 % респондентов считают, что скорее могут заменить, чем нет. Несомненно, информационно-коммуникационные технологии не могут заменить живое общение с экскурсоводом. Мы считаем, что высокие технологии должны дополнять живое общение, они должны модернизироваться и проникать во все культурные учреждения, повышая их уровень и конкурентоспособность таким образом.

По результатам анкетного опроса можно говорить о том, что студенческая молодежь интересуется культурным и природным наследием края. О том, что культурное наследие – это «совокупность объектов культуры и

природы, отражающих этапы развития общества и природы и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации» считают 47 % респондентов. Больше всего респондентов использовали информационно-коммуникационные технологии в музее. Наблюдается расхождение в ответах на вопросы о предпочтениях информационно-коммуникационных технологий и их использовании. Это свидетельствует о том, что культурные учреждения в Белгородской области только двигаются в направлении информационно-коммуникационных технологий. Пользуются в культурных учреждениях в основном рассказом экскурсовода и 45 % респондентов считают, что информационно-коммуникационные технологии никогда не заменят живое общение.

Наше исследование показало, что мобильные приложения пользуются спросом. На настоящий момент в Белгородской области действует 7 мобильных приложений с информацией о культурной среде, которые только начинают распространяться. Не смотря на это, 11 % респондентов используют мобильные приложения для получения информации о культуре. Мобильные приложения в основном используют как быстрый способ получения информации. В Белгородской области самым популярным мобильным приложением по результатам анкетного опроса является приложение GO31.

### 3.2. Перспективы мобильных приложений в развитии культурной среды Белгородской области

Белгородская область – «жемчужина Центральной России», высокоразвитый индустриально-аграрный регион, экономика которого опирается на колоссальные богатства недр и уникальные черноземы. Область граничит с Воронежской и Курской областями РФ, а также с Харьковской, Луганской и Сумской областями Украины. Белгородская земля богата историей и располагает значительными туристско-рекреационными ресурсами -

культурно - историческими, военно-историческими, историко-этнографическими, аграрно-туристскими.

Одним из средств, стимулирования культурного туризма в Белгородской области могут выступать мобильные приложения. Мобильные приложения имеют неоднозначный характер, потому что могут быть как развлекательными, так и нести информационную нагрузку. Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов, становятся самым популярным и массовым видом. Существуют мобильные приложения, которые направлены на широкую аудиторию пользователей, и, которые предназначены для отдельных учреждений культуры региона.

Существуют в Белгородской области мобильные путеводители без аудио-сопровождения. Например, приложение 2ГИС, которое поможет построить маршрут и покажет какие культурные достопримечательности рядом. Приложение TopTripTip предоставляет информацию о самых популярных достопримечательностях Белгородской области, разделяя их по блокам: заповедник «Белогорье», Прохоровское поле, Новый Иерусалим, Холковский монастырь, Музей - диорама, Круглое здание, Парк «Ключи». Предоставляется краткая история об объекте, сайт и телефон.

В крупнейших городах России активно развивается проект «Audiogid.ru» и начинает также разрабатывать свои проекты в провинциях. Аудиогид – устройство или мобильное приложение, используемое для самостоятельного знакомства с экспозицией музея, выставки, местностью, а также устройство для ее воспроизведения. Всего в настоящее время в проекте приняло участие 78 культурных учреждений. В Белгородской области приняли участие: Белгородский государственный литературный музей, Белгородский государственный художественный музей, Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», Белгородский государственный музей народной культуры, Валуйский историко-художественный музей и музей В.Я. Ерошенко (г. Старый

Оскол) (рис. 3.10.). При помощи приложения *izi.TRAVEL* осуществляется просмотр основных выставок музеев и прослушивание аудиофайлов, сопровождающих выставки. Они создаются как музеями, так и независимыми разработчиками, которые могут создать аккаунт, с помощью которого возможно добавлять собственные экскурсионные маршруты. С помощью данной функции любой культуролог может реализовать свои идеи и зарекомендовать себя. Приложение позволяет считать QR-код и получить дополнительную информацию (рис. 3.11.).

Внедряются в деятельность культурных учреждений виртуальные выставки. На сайте Белгородского государственного художественного музея они представлены с музыкальным сопровождением. На сайте выставочного зала «Родина» представлены виртуальные выставки, которые демонстрировались ранее в выставочном зале. Виртуальные выставки могут использоваться на сайтах библиотек. Например, выставки книг представлены в Белгородской государственной библиотеке Лиханова А.А. На сайте Белгородской государственной универсальной научной библиотеки представлено 12 виртуальных выставок, посвященных: 175-летию со дня рождения Чайковского П.И., изданиям, которые отмечают 100-летие выхода в свет (в 2011 г., в 2015 г.), коллекциям открыток новооскольского учителя-краеведа Колесникова В.И., перекрестному году Германии в России и России в Германии, Великой Отечественной войне в работах белгородских художников, работам белгородских художников XX-XXI вв., 150-летию со дня рождения Чехова А.П., 200-летию Отечественной войны 1812 г., американским бестселлерам, испанской литературе, 300-летию со дня рождения Ломоносова М.В.

Мобильные приложения не активно внедряются в библиотечную деятельность, виртуальные выставки присутствуют только на официальных сайтах. Виртуальные выставки музеев Белгородской области представлены в приложении *izi.TRAVEL*.



Основным социокультурным ресурсом в Белгородской области являются мобильные приложения, позволяющие узнать ближайшие культурные события в городе и области. Например, приложения Культурная афиша, Klub31 и Go31. Мобильное приложение Культурная афиша можно просматривать как с помощью мобильного устройства, так и с помощью компьютера или ноутбука. Культурная афиша предоставляет информацию об открытиях выставок в музеях, театральных постановках, концертах, фестивалях и праздниках. Мобильное приложение Klub31 предоставляет информацию обо всех заведениях Белгорода, среди которых и культурные и досуговые центры (Белгородская Государственная Филармония, Белгородский государственный центр народного творчества, Белгородский дворец детского творчества, Выставочные зал «Родина», Деловая библиотека, Детский музыкальный театр, Драматический театр им. М.С. Щепкина, Зоопарк, Историко-краеведческий музей, Литературный музей, Молодежный Культурный центр НИУ БелГУ, Музей народной культуры, Музей-диорама «Огненная дуга», Музей-заповедник «Прохоровское поле», Музей-мастерская Станислава Косенкова, Пушкинская библиотека-музей, СДК им. Шухова, Театр кукол, Театр-школа «Образ», Универсальная научная библиотека, Учебный культурный центр БГИИК, Фотогалерея им. В.А. Собровина, Художественный музей, Центр народного творчества «Сокол»). Приложение предоставляет информацию о заведениях (сайт, телефон, краткая история) и афиши мероприятий. Мобильное приложение Go31 представляет перед пользователями новости Белгородской области, афишу, фотоотчеты с мероприятий.

Одним из самых популярных способов изучения культурного объекта, произведения искусства или природной достопримечательности в настоящее время является QR – код. Свидетельство его развития – программы, действующие в Белгородской области.

Телерадиокомпания «Мир Белогорья» летом 2015 года запустила проект «Знай наших!» – это своеобразная интерактивная карта региона, которая

содержит видеоинформацию о местных достопримечательностях. Исторические здания и крупные предприятия отмаркированы специальными табличками с QR-кодом (рис. 3.12.). Он ведет на канал «Мира Белогорья» на сервисе YouTube и позволяет увидеть фильм или программу об этом объекте. В проекте «Знай наших!» изъявили желание участвовать более двадцати культурных и промышленных объектов (рис. 3.13.). На сегодняшний момент в проекте задействованы Губкинский, Корочанский, Шебекинский, Белгородский, Грайворонский, Краснояружский районы. Проект шагнул далеко за рамки культурных достопримечательностей. В апреле 2016 года 39 участником проекта «Знай наших» стала кондитерская фабрика «Мир Белогорья» [36, 170].

Следующий современный проект создан под названием «Мобильный гид», который произвели управление культуры Белгородской области и компания «Билайн». Суть проекта заключается в создании виртуальной базы данных военно-исторических памятников Белгорода. Памятники архитектуры Белгорода также оснащены QR-кодами [36, 170]. В данный момент QR-код задействован на 32 исторических памятниках: Аллея героев Советского Союза и Героев России (рис. 3.14.), внешняя экспозиция у Белгородского государственного историко-художественного музея-диорамы «Курская битва. Белгородское направление». Проблема данного приложения состоит в том, что выходя на страницу сайта через QR-код, информация не отображается. Только позвонив по телефону, который написан на табличке, можно получить информацию о представленном объекте (рис. 3.15).

QR-код распространился во всех сферах жизни общества. Его используют для кодирования информации в маркетинге, как архитектурный дизайн, как штрих-код на товарах, визитную карточку или электронный билет. В ходе исследования, следует полагать, что он только начал использоваться в культурной среде. Для того чтобы повысить уровень культурного учреждения, заинтересовать посетителей, можно использовать приложение QR-код в

различных формах. Например, в культурных учреждениях его можно использовать как рекламные материалы (закладки, визитки, листовки, плакаты). Эти коды могут ссылаться на официальный сайт культурного учреждения, календарь плана мероприятий, электронные базы данных или другие важные ресурсы.

Он может использоваться в презентационном материале. На культурном мероприятии при показе слайдов или видеоматериалов презентации можно обеспечить читателей раздаточным материалом с QR-кодами для доступа к стенограмме презентации или дополнительным материалам сайта.

Интересный вариант его использования – тур по культурному учреждению. Чтобы помочь посетителям освоиться в библиотеке и сориентироваться в пространстве, можно на карте-схеме культурного учреждения указать QR-коды с пояснениями или разместить QR коды в различных областях культурного учреждения. Например, в библиотеке QR-код можно использовать на обложках книг, чтобы обеспечить доступ к аннотации на книгу, к справочным материалам об авторе или дополнительной информации о книге.

Наибольшую популярность приобретает квест, как форма досуга в культурных учреждениях. Можно использовать QR-коды в обучении, организовав квест. Например, участники могут стать детективами или брать на себя другие роли. В поиске экспоната («сокровища») они используют QR-коды, размещенные по всей библиотеке, для сбора доказательств и расследования. Попутно разгадывают какую-то тайну или решают задания.

QR-коды можно использовать на выставке, как это осуществляется в Белгородском художественном музее. На выставке, посвященной произведениям искусства, около экспоната размещается QR-код. Ссылка предоставляет информацию об авторе картины. Можно предоставлять информацию о других произведениях этого художника.

Помимо кодирования информации на памятниках истории или в культурных учреждениях можно его использовать на домах, в которых жили известные личности. Таким образом, пешеходы смогут узнать не только, как зовут выдающегося человека, который проживал в данном доме, но и его выдающиеся дела.

На наш взгляд, было бы полезным участие в программах, связанных с QR-кодом, и таких культурных объектов, которые остро нуждаются в восстановлении. Это позволит привлечь внимание к таким объектам большой круг заинтересованных и равнодушных в сохранении культурного наследия людей, желающих поспособствовать в возрождении представляющих ценность памятников культуры. В качестве примера можно отметить, значимый для нашего города, Дом мирового судьи Курчанинова, который является памятником архитектуры XIX века, нуждающийся в восстановлении и реставрации. А восстановление таких объектов значительно улучшит облик нашего города, который будет еще красочнее и привлекательнее для его жителей и гостей.

Таким образом, перед нами предстает рынок предоставляемых мобильных услуг в культурной среде, и мы видим перспективу их развития в Белгородской области. Самыми популярными мобильными приложениями в культурной среде выступают QR-код, 2ГИС, TopTripTip, izi.TRAVEL, Культурная афиша, Klub31 и Go31 [36, 169]. Некоторые мобильные приложения начали появляться совсем недавно. Самое первое приложение с данными о Белгороде 2ГИС было запущено в 2011 году. Первые таблички с QR-кодами стали появляться в Белгороде в 2013 году. Мобильный аудиогид izi.TRAVEL добавил экскурсии музеев Белгорода в 2014 году. TopTripTip было запущено при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Белгородская область вошла в это приложение с февраля 2016 года. Мобильные приложения как социокультурный ресурс только начинают свое развития в Белгородской области, не смотря на это, они актуальны в культурной среде.

Для того чтобы повысить эффективность использования мобильных приложений и уровень заинтересованности посетителей, необходимо их задействовать в создании рекламного или презентационного материала, тура по культурному учреждению или в обучении (квест).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях глобализации меняются функции и роль культурных учреждений. Для сохранения своей активной деятельности они вынуждены искать новые способы и формы работы с посетителем. В этой связи инновационным социокультурным ресурсом становятся мобильные приложения. Исследуя данный феномен, мы пришли к выводу, что мобильные приложения, обладая большим потенциалом, способствуют повышению уровня культурного учреждения, привлекают внимание к культурным ценностям широкую аудиторию посетителей, да и к самим социокультурным учреждениям, создают интерактивную зону общения. Они обладают множеством преимуществ, таких как возможность сбора дополнительных данных (языка, местоположения и т.д.), неисчерпаемыми возможностями интерактивности, отсутствием ограничений SMS-рассылок по длине, графической и видеоинформации. Благодаря мобильным приложениям становится возможным быстрое получение информации, одновременно сохраняя и транслируя ее. Средствами передачи культурных ценностей становятся такие мобильные приложения, как путеводитель, аудиогид, QR-код, виртуальная выставка, новости о культуре.

Среда мобильных приложений в России показывает один из самых высоких темпов роста среди интеллектуальных продуктов. В Белгородской области мобильные услуги в культурной сфере представлены в следующем виде: QR-код, 2ГИС, TopTripTip, izi.TRAVEL, Культурная афиша, Klub31 и Go31. Некоторые мобильные приложения начали появляться совсем недавно. Самое первое приложение с данными о Белгороде 2ГИС было запущено в 2011 году. Первые таблички с QR-кодами стали появляться в Белгороде в 2013 году. TopTripTip было запущено при поддержке Министерства культуры Российской Федерации с февраля 2016 года.

В ходе наблюдения за культурной средой Белгородской области было выявлено, что в настоящее время разработаны 2 программы, направленные на развитие информационного пространства и улучшения качества услуг в культурной среде. Программа «Знай наших!», которая представляет своеобразную интерактивную карту региона и содержит видеoinформацию о местных достопримечательностях. Вторая программа «Мобильный гид», в которой суть проекта заключается в создании виртуальной базы данных военно-исторических памятников Белгорода, которые оснащены QR-кодами. Проблема программы «Мобильный гид» состоит в том, что выходя на страницу сайта через QR-код, информация не отображается.

В 2014 г. в рамки проекта «Audiogid.ru», который распространяется по всем крупным городам России, вошла Белгородская область. Данный проект представлен в приложении izi.TRAVEL. В Белгородской области приняли участие: Белгородский государственный литературный музей, Белгородский государственный художественный музей, Валуйский историко-художественный музей и музей Ерошенко В.Я. (г. Старый Оскол).

Небольшое количество мобильных приложений и несколько программ свидетельствуют о том, что мобильные приложения как социокультурный ресурс только начинают распространяться в Белгородской области. Программа «Мобильный гид» не доработана, таким образом, в полной мере качество услуг в культурной среде не улучшается.

В качестве решения проблемы привлечения посетителей в культурные учреждения или заинтересованности граждан к объектам культурного наследия необходимо использовать мобильные приложения. Нами была поставлена цель – выявление роли мобильного приложения как социокультурного ресурса в Белгородской области и перспектив его использования. Перспектива состоит в том, что мобильные приложения возможно использовать с большим разнообразием. Например, использование QR-кода как рекламный материал (закладки, визитки, листовки, плакаты), в презентационном материале, на

обложках книг, с его помощью можно осуществить тур по культурному учреждению. Имеется возможность использовать QR-коды в обучении, организовав квест-игру или на выставке, размещая около экспоната QR-код, ссылка будет предоставлять информацию об авторе картины. На домах, в которых жили известные личности, QR-код представил бы биографию знаменитости. Таким образом, пешеходы смогут узнать не только, как зовут выдающегося человека, который проживал в данном доме, но и его достижения. На наш взгляд, было бы полезным участие в программах, связанных с QR-кодом, и таких культурных объектов, которые остро нуждаются в восстановлении. Приложение *izi.TRAVEL* дает возможность реализовать идеи по созданию экскурсий любому человеку. Так же, мобильные приложения являются отличным средством информирования большого потока посетителей, разговаривающих на разных языках, что существенно помогает донести информацию.

Нами было проведено исследование, в ходе которого выявлено, что мобильные приложения стремительно входят в социокультурную жизнь общества. На примере Белгородской области нам удалось выявить интерес студенческой молодежи к информационным технологиям в культурной сфере. Для начала мы подтвердили информацию о том, что студенческая молодежь интересуется культурным и природным наследием края. Из числа опрошенных 47 % респондентов считают, что культурное наследие – это «совокупность объектов культуры и природы, отражающих этапы развития общества и природы и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации».

Далее мы получили информацию о предпочтениях информационно-коммуникационных технологий и их использовании. Наблюдается расхождение в ответах на вопросы о том, какую информационно-коммуникационную технологию в культурной сфере предпочитают использовать респонденты и, что они применяли. Процент предпочтения информационных технологий



оказался выше, чем использование их на практике. Это снова свидетельствует о том, что культурные учреждения в Белгородской области не в достаточной мере удовлетворяют потребности посетителей. Не смотря на множество положительных сторон, мобильные приложения обладают и некоторыми недостатками. К ним мы можем отнести то, что на сегодняшний день пока еще не достаточно широкое распространение телефонов, которые поддерживают мобильные приложения, данным ресурсом, по ряду причин, в основном пользуется молодежь, а также существует относительная сложность продвижения, то есть требуются специальные компетенции, чтобы сделать приложение популярным.

В ходе исследования мы выяснили, что больше всего респондентов использовали информационно-коммуникационные технологии в музее, а не в библиотеке или достопримечательном месте. В большей степени для получения информации респонденты предпочитают пользоваться рассказом экскурсовода. Самым популярным мобильным приложением по результатам анкетного опроса является приложение GO31. Мобильные приложения должны не исключать, а дополнять живое общение с экскурсоводом, повышая уровень культурных учреждений. Можно отметить, что мобильные приложения как социокультурный ресурс играют важную роль в развитии учреждений культуры Белгородской области. Мобильные приложения являются элементом создания единого информационного пространства в сфере культуры, выступают эффективной формой хранения и продвижения культурного потенциала региона. А в целом рассматриваемый феномен становится инновационным способом социокультурного развития общества.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О концепции проектирования социально-культурных кластеров в муниципальных образованиях белгородской области на 2012-2017 годы [Электронный ресурс]: постановление Правительства Белгородской области от 21.11.2011 № 423-пп // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-Сервис». – Последнее обновление 29.04.2016.
2. О Федеральной целевой программе «Культура России (2012-2018 годы)» [Электронный ресурс]: постановление правительства РФ от 3.03.2012 № 186 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-Сервис». – Последнее обновление 6.03.2016.
3. О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002-2010 годы)» [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 28.01.2002 № 65 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-сервис». – Последнее обновление 23.03.2016.
4. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие информационного общества в Белгородской области на 2014-2020 годы» [Электронный ресурс]: постановление правительства Белгородской области 16.12.13. № 518 – пп // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-сервис». – Последнее обновление 23.03.2016.
5. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014-2020 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Белгородской области от 16.12.2013 № 526-пп / Губернатор и Правительство Белгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.belregion.ru/documents/region\\_programms.php](http://www.belregion.ru/documents/region_programms.php). – Последнее обновление: 28.02.16.
6. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)» [Электронный ресурс]:

постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-сервис». – Последнее обновление 23.03.2016.

7. Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в белгородской области на 2013-2017 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства области от 14.01.2013 № 5-пп // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-сервис». – Последнее обновление 25.03.2016.

8. Об утверждении новой редакции государственной программы «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 г. №317 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-сервис». – Последнее обновление 23.03.2016.

9. Абанкина, Т.В. Доступность российских музеев: внутренние и внешние факторы влияния [Текст] / Т.В. Абанкина, П.В. Деркачев, Л.М. Филатова // XV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: сб. науч. тр./ Высшая школа экономики – Москва, 2014. – Microsoft Power Point.

10. АД ИТ [Электронный ресурс]: автоматизация деятельности музеев и информационные технологии. – 1997. – Режим доступа: <http://www.adit.ru>.

11. Анализ развития и использования информационно-коммуникационных технологий в субъектах Российской Федерации [Текст]: Аналитический доклад / отв. ред. и сост. Ю. Е. Хохлов. – М.: Институт развития информационного общества, 2008. – 240 с.

12. Антопольский, А.Б. Информационные ресурсы музеев [Текст] / А.Б. Антопольский // Информационные ресурсы России: науч.- метод. пособие – М.: Либиря, 2008. – С. 378-391.

13. Афанасьев, В.Б. Системный подход в исследовании социально-экономических эффектов внедрения информационно-коммуникационных

технологий [Текст] / В.Б. Афанасьев // Современные технологии управления. – 2011. – № 3. – С. 1-6.

14. Бакулев, А.В. Музейные информационные системы [Текст] / А.В. Бакулев // Учреждения культуры. – 2007. – № 4. – С. 77-86.

15. Белгородская область в цифрах в 2006 году [Текст]: крат. стат. сб. / Белгородстат. – 2007. – 230 с.

16. Вишневская, Е.В. Роль внедрения мультимедийного и интерактивного контента для повышения туристской привлекательности территории [Текст] / Е. В. Вишневская, Т. Б. Климова, И. В. Богомазова // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2014. – № 2. – С.4-7.

17. Волков, Ю.Г. Регионоведение [Текст]: Учебное пособие для вузов / Ю.Г. Волков; отв. ред. профессор Ю.Г. Волков -2- е изд., испр. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 448 с.

18. Герасименко, Т.И. Всемирное и национальное культурное наследие региона как основа развития историко-культурного туризма [Текст]/ Т.И. Герасименко, И.Ю. Гладкий // Туризм и культурное наследие: сб. науч. тр. – Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 2006.– С. 101-109.

19. Глазкова, С.А. QR-коды – новый формат коммуникации [Текст] / С.А. Глазкова // Connect-Universum-2012: сб. науч. тр. / НИ ТГУ. – Томск, 2012. – С. 41-46.

20. Глебова, А.А. Инновационные технологии в сфере туризма [Текст] / А.А. Глебова // Проблемы применения современных информационных технологий: сб. науч. тр. – Рос. гос. проф.- пед. ун-т – Екатеринбург, 2012. – С. 51-56.

21. Григорьева, Е.И. Современная индустрия туризма: опыт, проблемы, инновации [Текст] / Е.И. Григорьева // Всероссийская конференция молодых ученых. Наука и инновации XXI века: сб. науч. тр. /Першина. – Тамбов, 2007. – С. 12-19.

22. Гук, Д.Ю. QR-код Эрмитажа: статистика, посетители, факты [Текст] / Д.Ю. Гук // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – № 3. – С. 40-49.
23. Даниленко, Н.Н. Концепция развития туризма в регионе: основные положения [Текст] / Н.Н. Даниленко // Регион: экономика, социология. – 2008. – № 4. – С. 37-46.
24. Дейнека, П.В. Презентация виртуального образовательного проекта «Выбор Дидро» [Текст] / П.В. Дейнека // Нужен ли музей молодежи? Нужна ли молодежь музею?: сб. науч. тр. / Государственный Эрмитаж. – СПб., 2013. – С. 149-151.
25. Дикова, Е.С. Эффективность использования информационных технологий в туризме [Текст] / Е.С. Дикова // Индустрия гостиничной деятельности в индустрии Европы: сб. науч. тр. / ВіТроПринт.– Симферополь, 2009. – С.130-131.
26. Долговязов, Н.А. Мобильное приложение «аудиогид» [Текст] / Н.А. Долговязов // Наука XXI века: опыт прошлого – взгляд в будущее: сб. науч. тр. / СибАДИ. – Омск, 2015. – С. 56-80.
27. Дремайлов, А.В. Аудит и движение к организации российской сети культурного наследия. Дистанционный интерактивный сервисно-консультационный центр по музейной документации [Текст] / А.В. Дремайлов, В.А. Степанов // Интернет. Общество. Личность – ИОЛ – 2006: сб. науч. тр. / Институт «Открытое общество». – СПб.: 2006. – С. 84-91.
28. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение [Текст] / Б.В. Емельянов // Советский спорт. – М: 2007. – 243 с.
29. Ерофеев, А.Е. Инновационная деятельность музея [Текст] / А.Е. Ерофеев // Справочник руководителя учреждения культуры.– 2006. – № 7. – С. 73-77.
30. Жуковская, И.Е. Исследование процессов эффективного использования информационно-коммуникационных технологий в туризме [Текст] / Е.И. Жуковская: автореф. дис. канд. экон. н. – Ташкент, 2010. – 24 с.

31. Захарова, Н.Б. Традиции и инновации в информационном обслуживании: выставочная деятельность библиотек [Текст] / Н.Б. Захарова // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. – 2015. – № 5-6 (46). – С. 46-54.
32. Зверева, М.Ф. Создание электронных ресурсов в музее – путь к сохранению, изучению и популяризации культурного наследия [Текст] / М.Ф. Зверева, Ю.Р. Кофтан // Калуга в шести веках: сб. науч. тр. / ЦГБ. – Калуга, 2006. – С. 137-141.
33. Изотова, М.А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме [Текст] / М.А. Изотова, Ю.А. Матюхина. – М.: Научная книга, 2006. – 91 с.
34. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст] / В.А. Квартальнов // Финансы и статистика. – М.: 2008. – 170 с.
35. Кибанова, О.В. Роль мобильных приложений в культуре XXI века / О.В. Кибанова // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сб. науч. тр. / Эпицентр. – Белгород, 2016. – С. 126-127.
36. Кибанова, О.В. Экскурсионная деятельность: высокие технологии или живое общение / О.В. Кибанова // Мир культуры: история и современность: сб. науч. тр. / Курск. гос. ун-т. – Курск, 2016. – С. 168-171.
37. Климова, Т.Б. Мобильные технологии в развитии туристских дестинаций / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // Научное обозрение. – 2014. – №8. – С. 666-669.
38. Коваленко, В. А., Сенсорные киоски для библиотечных выставок [Текст] / В. А. Коваленко // Культура и цивилизация: сб. науч. тр. / АНАЛИТИКА РОДИС. – Ногинск, 2012. – С. 140-147.
39. Курочкина, М. А. Современные формы работы с молодежной аудиторией [Текст] / М.А. Курочкина // Нужен ли музей молодежи? Нужна ли молодежь музею?: сб. науч. тр. / Государственный Эрмитаж. – СПб., 2013. – С. 92-97.

40. Лебедев, А.В. Музейные представительства в Интернет. Российский и зарубежный опыт [Текст] / А.В. Лебедев // АДТИТ-1998: сб. науч. тр. / Прогресс – Традиция. – М., 1999. – С. 73-82.
41. Мартыненко, А.В. Высокие технологии и высшее образование [Текст] / А.В. Мартыненко // Знание. Понимание. Умение.–2006. – № 1. – С. 64.
42. Микели, М.В. В музей – через компьютер [Текст] / М.В. Микели // Карьера. – 2006. – № 5.– С. 96-97.
43. Морозкина, Л.В. Электронные информационные ресурсы музея [Текст] / Л.В. Морозкина, О.В. Докучаева, И.Ю. Хургина // Учреждения культуры. – 2007. – № 11. – С. 82-89.
44. Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Академия, 2008. – 240 с.
45. Наседкин, К.А. Компьютеризация российских музеев: от простого к сложному [Текст] / К.А. Наседкин / АДТИТ-1998: сб. науч. тр. / Прогресс-Традиция. – Москва, 1999. – С.89-95.
46. Никишин, Н.А. Музей и новые технологии [Текст] / Н.А. Никишин // Прогресс-Традиция –2007. – 216 с.
47. Ноль, Л.Я. Информационные технологии в деятельности музеев [Текст] / Л.Я. Ноль // Справочник руководителя Учреждения Культуры. – 2008. – № 12. – С. 74-90.
48. Петин, А.Н. Культурное наследие и культурно-исторический потенциал белгородской области: оценка геоинформационными системами [Текст] / А.Н. Петин, И.С. Королева, Е.А. Игнатенко // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 12. – С. 158-163.
49. Писаревский, Е.Л. Государственное регулирование культурного туризма [Текст] / Е.Л. Писаревский // Культура: управление, экономика, право. – 2006. – №4 – С. 4-7.

50. Реттих, С.В. Актуализация изучения инновационной культуры в культурологии [Текст] / С.В. Реттих // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2011. – № 4. – С. 126-130.
51. Российская музейная энциклопедия [Текст] / Российский ин-т культурологии МК РФ и РАН; отв. ред. и сост. Д.В. Сарабьянов. – М.: Прогресс, 2006. – С. 230-232.
52. Саламова, Н. Инфраструктура туризма в регионах России [Текст] / Н. Саламова // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 1, Ч. 2. – С. 50-55.
53. Скульмовская, Л.Г. Противоречия разнонаправленного развития культуры региона в современных условиях: социологический анализ [Текст] / Л.Г. Скульмановская: автореф. дис. док. социол. н. – Екатеринбург, 2006. – 26 с.
54. Скуфьина, Т.П. Информационно-коммуникационные технологии и экономическое развитие регионов России: поиск зависимостей и перспективных направлений регулирования [Текст] / Т.П. Скуфьина, С.В. Баранов // Вопросы статистики. – 2014. – № 5. – С.41-53.
55. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество [Текст] / П.А. Сорокин // Политиздат. – 2006. – 543 с.
56. Толепбергенова, С.К. Разработка приложений для мобильных устройств на платформах Android и OIS [Текст] / С.К. Толепбергенова, А.Х. Козбакова, А.У. Калижанова // Роль и место молодых ученых в реализации новой экономической политики Казахстана: сб. науч. тр. / Министерство образования и науки республики Казахстан. – Алматы, 2015. – С. 418-424.
57. Уайт, Л. Избранное: Эволюция культуры [Текст] / Л. Уайт// РОССПЭН. – 2006. – С. 64-100.
58. Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]: информационно-аналитический портал. – М.: 2006. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info#russia>.



## **ПРИЛОЖЕНИЯ**



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
 ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
 ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
 ( Н И У « Б е л Г У » )  
 СОЦИАЛЬНО-ТЕОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
 КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГИИ И ПОЛИТОЛОГИИ

Уважаемый студент!

Мы проводим опрос мнения студенческой молодежи о целях использования информационных технологий и их роли в культурной сфере. Просим Вас ознакомиться с данной анкетой и ответить на содержащиеся в ней вопросы. Очень надеемся на Ваши искренние ответы, которые будут использованы в научных целях. Опрос является анонимным, результаты будут использованы в обобщённом виде.

Благодарим за участие в исследовании!

### Анкета

Вам предлагаются вопросы и различные варианты ответов на них. Внимательно прочитайте их, после чего выберите в каждом вопросе варианты ответа, которые Вы считаете нужным и обведите их кружком. Если ни один из предложенных вариантов не совпадает с Вашим мнением, сформулируйте его сами в графе «свой вариант ответа». Можно выбрать представленный вариант и свой вариант одновременно.

#### 1. Интересуетесь ли Вы природным и культурным наследием края?

- А) да;
- Б) скорее да, чем нет;
- В) нет;
- Г) скорее нет, чем да;
- Д) свой вариант: \_\_\_\_\_

#### 2. Что Вы понимаете под культурным наследием?

- А) экономическая ценность, оно является и общественным благом, включает эстетические, исторические, социальные, духовные и образовательные ценности;
- Б) совокупность объектов культуры и природы, отражающих этапы развития общества и природы и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации;
- В) часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями, выдержавшая испытание временем и передающаяся поколениям как нечто ценное и почитаемое;
- Г) свой вариант: \_\_\_\_\_

#### 3. Какой вид помощи в получении информации о культурном наследии Вы предпочитаете использовать в период путешествий?

- А) путеводитель;
- Б) рассказ экскурсовода;
- В) консультация сотрудника музея, смотрителя;
- Г) аудиогид – плеер;
- Д) QR-код;
- Е) мобильное приложение (персональный гид по музеям);
- Ж) компьютер, мультимедийный киоск в зале музея;
- З) ищу информацию заранее в книгах, интернете, чтобы прийти в музей уже подготовленным;
- И) аннотации, этикетки в зале;
- К) свой вариант: \_\_\_\_\_

#### 4. Как вы считаете, какую пользу несут мобильные приложения?

- А) связь;
- Б) развлечение;
- В) быстрый доступ к информации;
- Г) развитие;
- Д) нет пользы;
- Е) свой вариант: \_\_\_\_\_

**5. Укажите, какими из перечисленных ниже информационных приложений, действующих в Белгородской области, вы пользуетесь?**

- А) Культурная афиша;
- Б) Klub31;
- В) Go31;
- Г) QR-код;
- Д) свой вариант: \_\_\_\_\_

**6. В каких культурных местах вам доводилось пользоваться информационными технологиями?**

- А) в музее;
- Б) в библиотеке;
- В) при рассмотрении памятника культуры (архитектура, скульптура);
- Г) достопримечательное место (места бытования народных художественных промыслов; центры исторических поселений, остатки построек древних городов);
- Д) свой вариант: \_\_\_\_\_

**7. Какими средствами для получения информации Вы пользовались?**

- А) путеводитель;
- Б) рассказ экскурсовода;
- В) консультация сотрудника музея, смотрителя;
- Г) аудиогид – плеер;
- Д) QR-код;
- Е) мобильное приложение (персональный гид по музеям);
- Ж) компьютер, мультимедийный киоск в зале музея;
- З) книга, интернет (заранее знакомлюсь с информацией, чтобы быть подготовленным к получению дополнительной)
- И) аннотации, этикетки в зале;
- К) свой вариант: \_\_\_\_\_

**8. Какую информацию Вы желаете получать при помощи информационной технологии?**

- А) историческая справка;
- Б) сервис;
- В) новости;
- Г) информация о выставках;
- Д) представление о коллекции;
- Е) наиболее известные шедевры;
- Ж) информация о состоянии объекта;
- З) паспорт объекта культурного наследия;
- И) свой вариант: \_\_\_\_\_

**9. Как Вы считаете, информационные технологии могут полностью заменить работу экскурсовода и почему?**

- А) определённо да;
- Б) скорее да, чем нет;
- В) не знаю;
- Г) скорее нет, чем да;
- Д) определённо нет;
- Е) свой вариант: \_\_\_\_\_

*Отметьте некоторые данные о себе:*

университет \_\_\_\_\_

возраст \_\_\_\_\_

Спасибо за участие!

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

## Результаты анкетирования



Рис. 3.1. Данные опроса отражают интерес молодежи к природному и культурному наследию края



Рис. 3.2. Данные опроса отражают, какое значение респонденты вкладывают в понятие культурное наследие

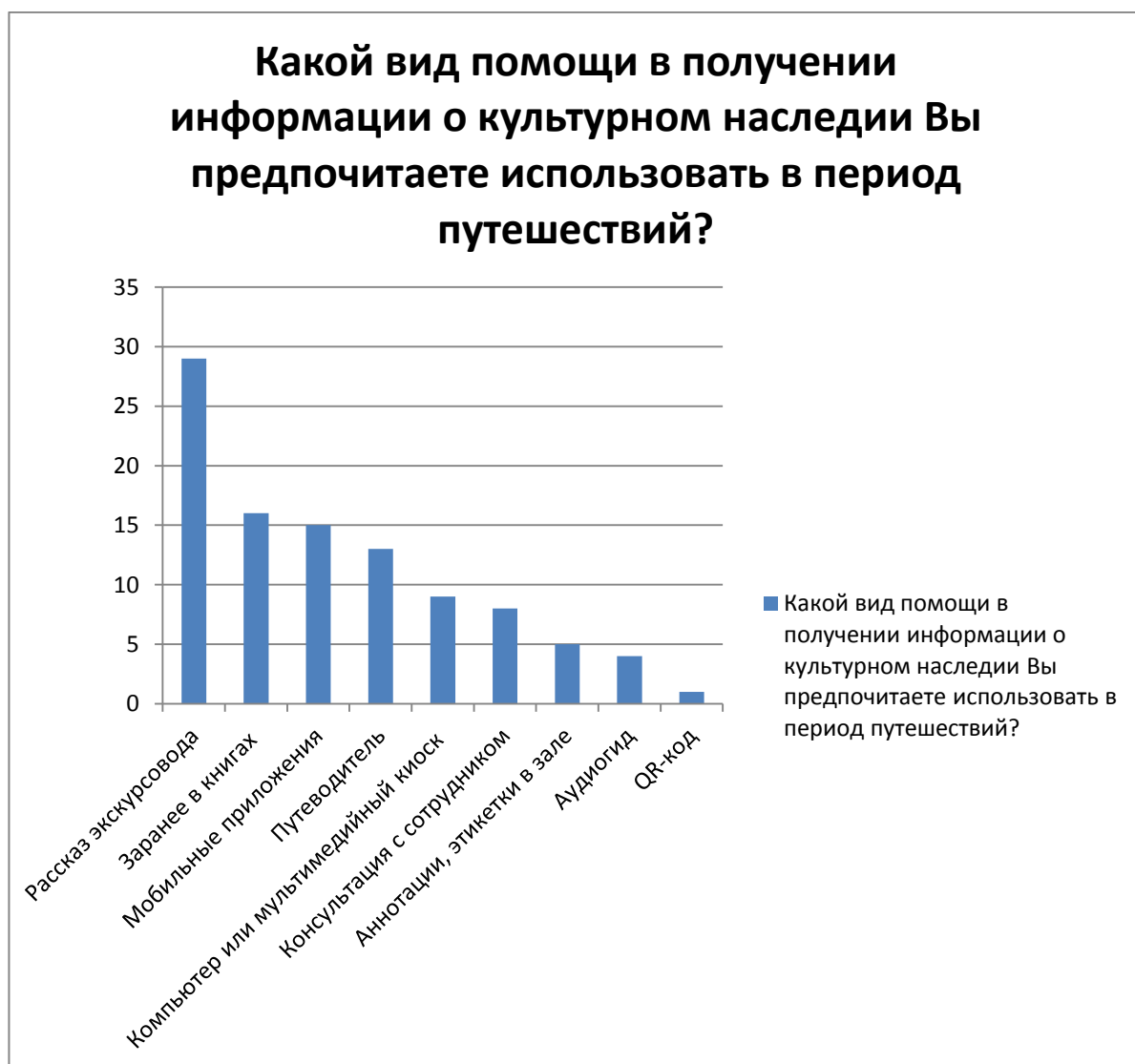


Рис. 3.3. Данные опроса отражают, что молодое поколение предпочитает использовать мобильные приложения для получения информации о культурном наследии

Продолжение приложения 2.

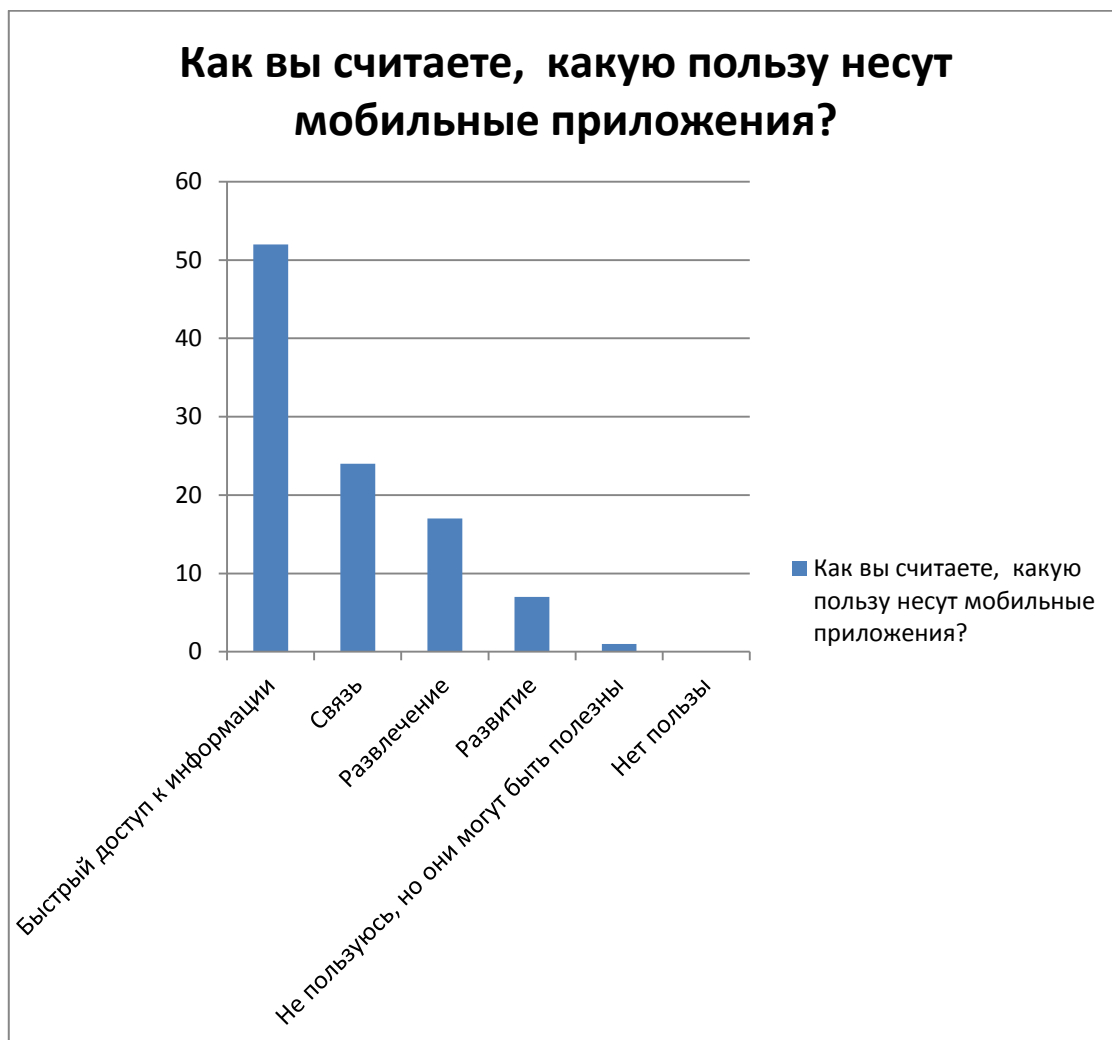


Рис. 3.4. Данные опроса отражают мнение респондентов о пользе мобильных приложений

Продолжение приложения 2.



Рис. 3.5. Данные опроса отражают, какими информационными приложениями, действующими в Белгородской области, респонденты пользуются

Продолжение приложения 2.

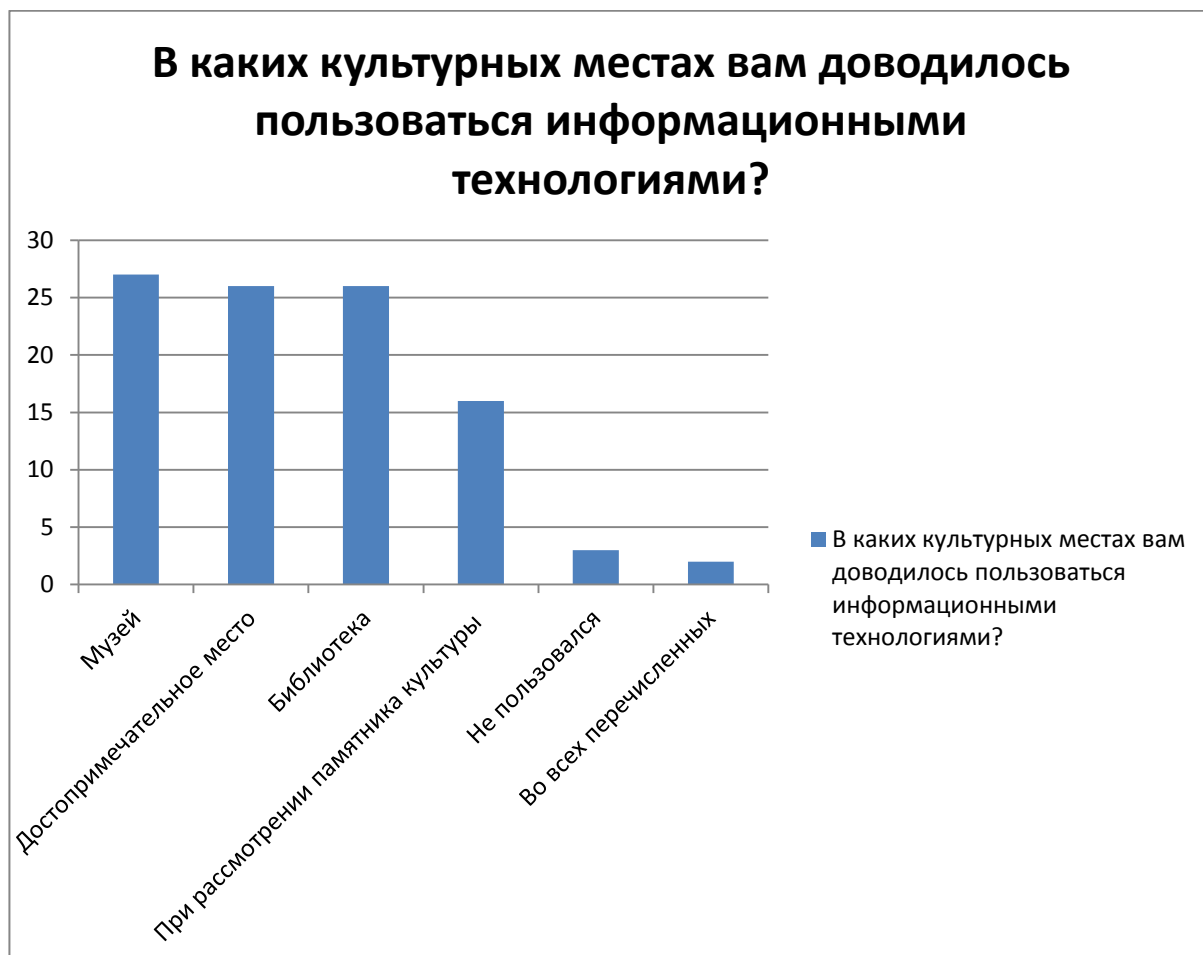


Рис. 3.6. Данные опроса отражают, в каких культурных местах больше всего разработаны информационные технологии



Продолжение приложения 2.

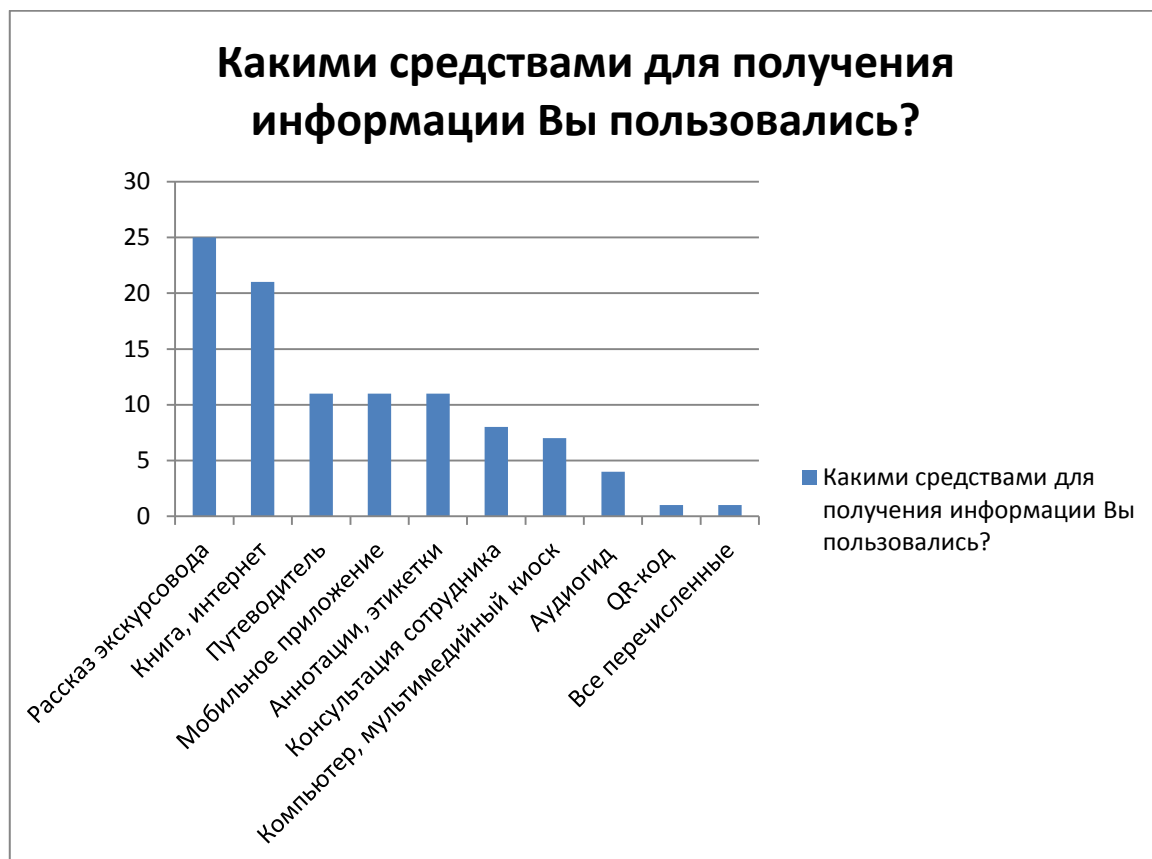


Рис. 3.7. Данные опроса отражают, какими средствами из информационных технологий студенческая молодежь пользовалась в случае изучения культурного объекта

Продолжение приложения 2.

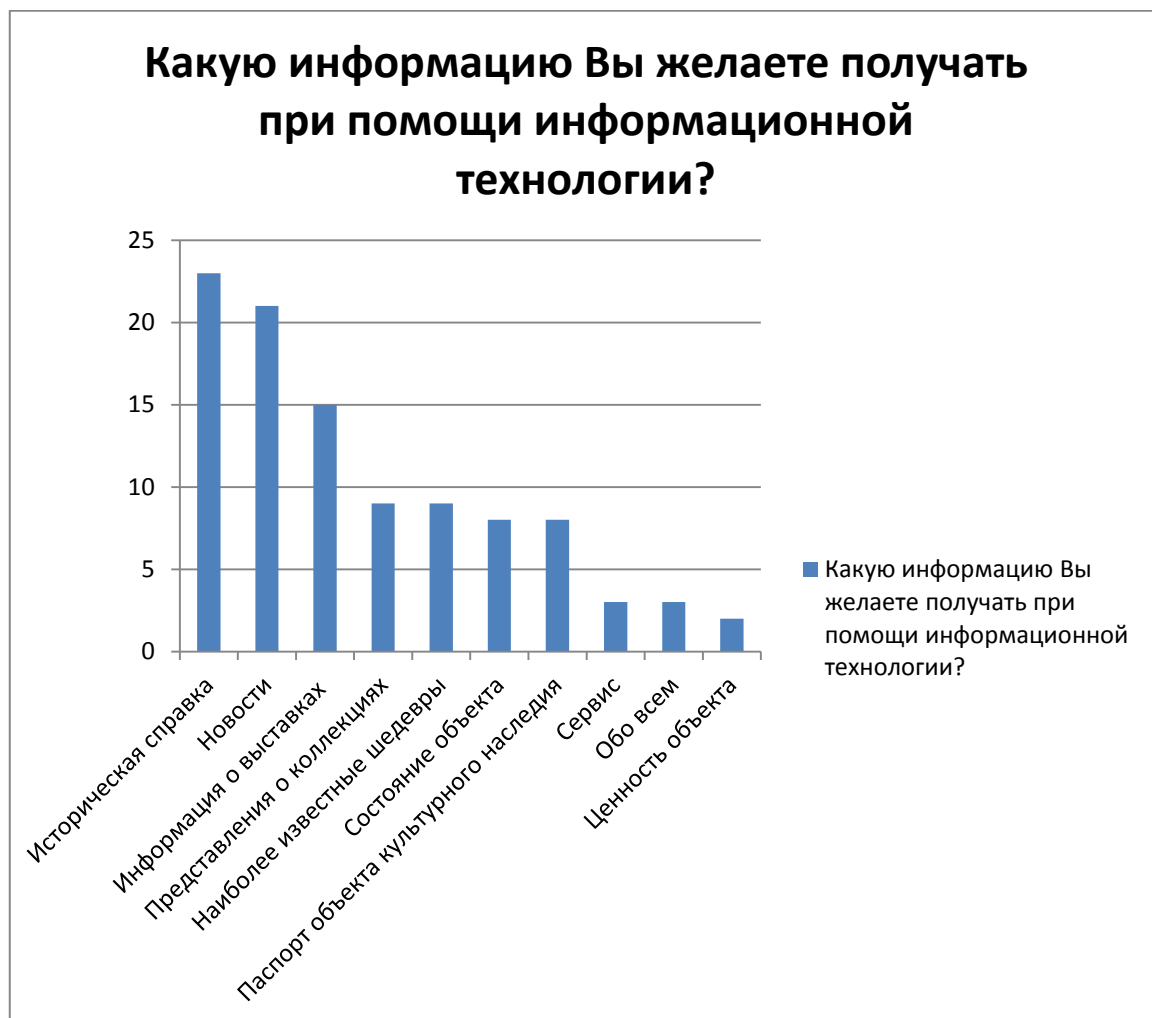


Рис. 3.8. Данные опроса отражают, какую информацию респонденты желают получать при помощи информационной технологии

Продолжение приложения 2.

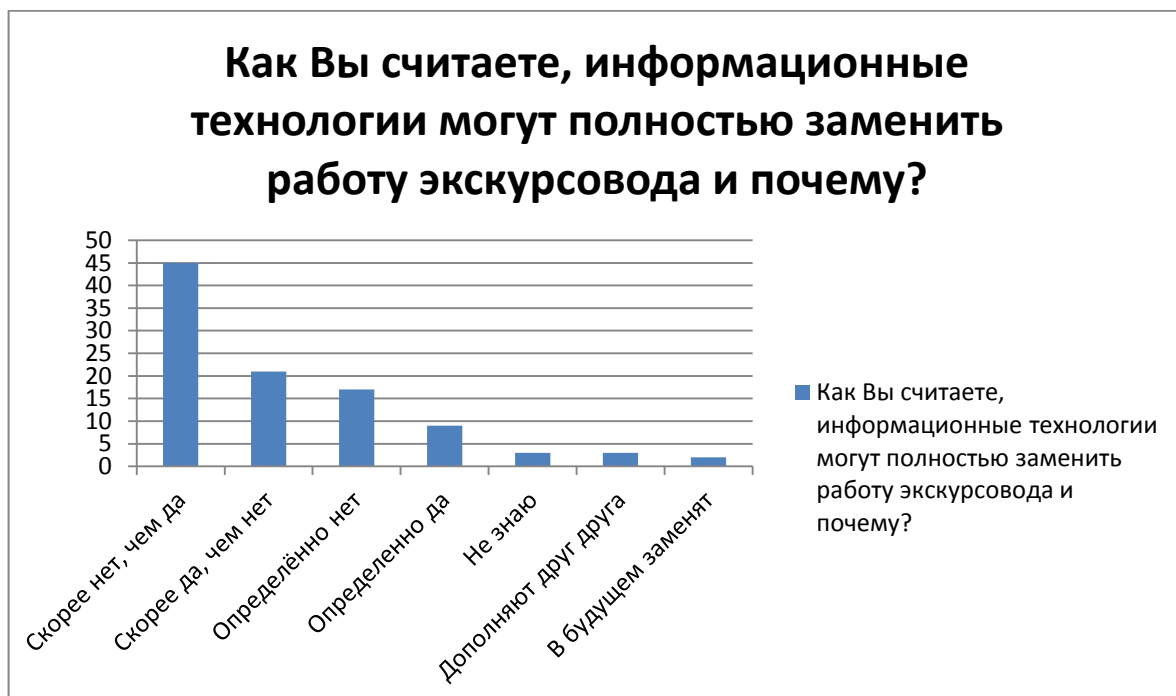


Рис. 3.9. Данные опроса отражают мнение респондентов о полной замене информационными технологиями работу экскурсовода

## Приложение 3.

## Функционирование мобильных приложений в Белгородской области

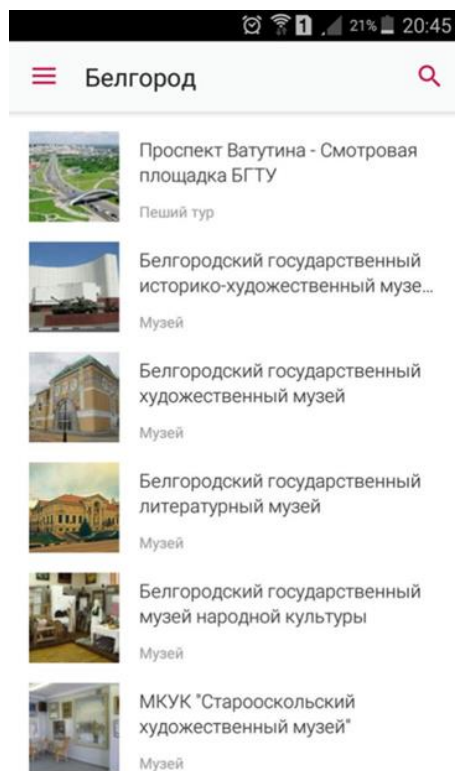


Рис. 3.10. Приложение izi.TRAVEL. Позволяет прослушивать аудиофайл по выставкам

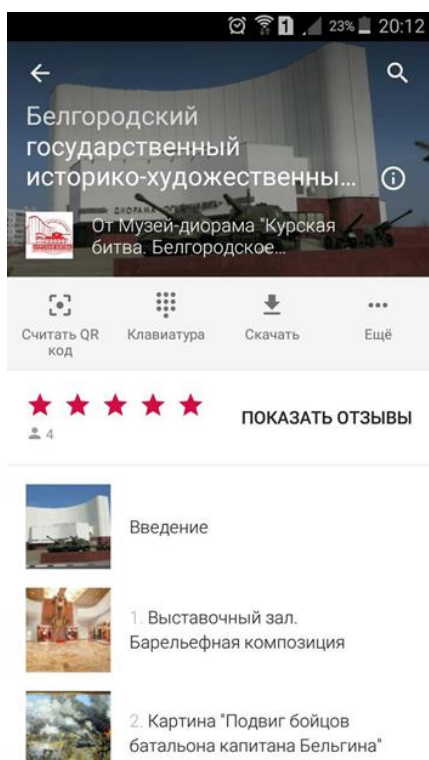


Рис. 3.11. Приложение izi.TRAVEL. Позволяет считывать QR-код

Продолжение приложения 3.



Рис. 3.12. Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление». Отмаркирован специальной табличкой с QR-кодом

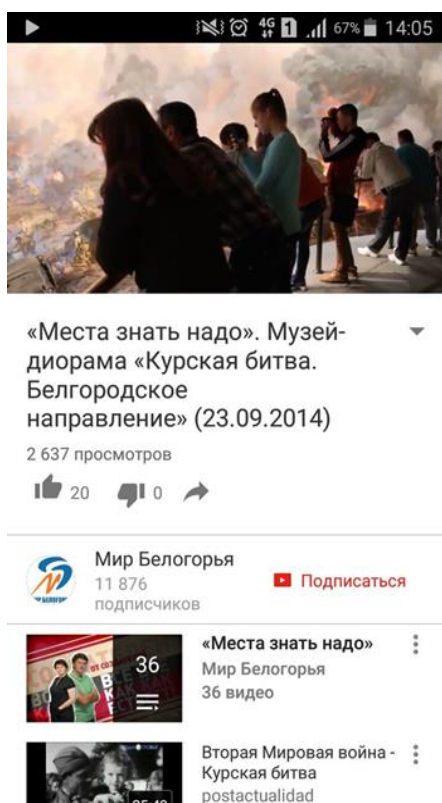


Рис. 3.13. Фильм на канале «Мир Белогорья» о музее-диораме «Курская битва. Белгородское направление»

Продолжение приложения 3.



Рис. 3.14. QR-код на одном из памятников Аллеи героев Советского Союза и Героев России



Рис. 3.15. Проблемы получения информации через QR-код по программе «Мобильный гид»