

высокой художественной ценностью, которые послужили образцом для дизайна и изготовления киноафиш в дальнейшем.

1. 许朋乐. 上海电影溯源 上海 文艺出版社 = Сюй, Пэнлэ. История кино в Шанхае / Пэнлэ Сюй. – Шанхай : Культура и искусство Шанхая, 2006. – 278 с.

2. 赵正节, 武晔岚. 电影百年佳片赏析 北京 中国长安出版社 = Чжао, Чжэнцзе. Оценка фильмов за 100 лет / Чжэнцзе Чжао, Елань У. – Пекин : Чанъань Китая, 2005. – 521 с.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ КАК МЕДИАКАНАЛ XXI в.

С. А. Гончарова,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры информационных технологий в культуре Белорусского
государственного университета культуры и искусств;*

Т. С. Жилинская,

*кандидат педагогических наук,
доцент кафедры информационных технологий в культуре Белорусского
государственного университета культуры и искусств*

Стремительное развитие и распространение мобильных информационно-коммуникационных технологий существенно изменило предпочтения пользователей при работе с интернетом. Потребители все более осознают ценность просмотра контента через мобильные приложения в удобное время и в любом месте. По темпам использования мобильного интернета Беларусь идет наряду с развитыми странами и опережает соседние. Почти половина (49 %) пользователей просматривают информационные ресурсы интернета, используя мобильные телефоны, – 49 %, планшеты – 4 %, десктопы – 47 %. При этом 90 % белорусов используют Android, 9 % – AppleOS [4].

Показатель затрат времени, проводимого по всему миру в приложениях на смартфонах, за 2017 г. вырос на 40 %. В развитых странах пользователи в среднем проводят по два часа в день в мобильных приложениях – это месяц в году. Число загрузок мобильных приложений в мире достигло 175 млрд. По оценке платформы анализа данных о мобильных приложе-

ниях App Annie [3], загрузки приложений во всех известных стоках будут ежегодно расти на 19 % и достигнут отметки 352 млрд в 2021 г.

Представленные результаты доказывают, что мобильные приложения занимают все более значимое место в жизни каждого человека. Мобильное приложение – программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах, обладающее заданным функционалом, позволяющим выполнять определенные действия в зависимости от тех задач, которые необходимо решить.

В зависимости от разработки мобильные приложения делятся на нативные, веб-приложения и гибридные [2].

Веб-приложения – это адаптированная для мобильного устройства версия существующего веб-сайта. Они не размещаются в специализированных магазинах и используют браузер телефона для работы. Скорость работы таких приложений зависит от качества интернет-соединения, кроме того, они характеризуются низкой стоимостью и быстрыми сроками реализации, являются кросс-платформенными, используют стандартные веб-технологии HTML5, JavaScript и CSS (например, мобильный сайт БелГА–m.belta.by).

Нативные приложения пишутся на языках программирования под конкретную платформу и органично встраиваются в операционную систему (Android, IOS, Win Phone и т. д.), работают быстро и корректно, обладают преимуществом как по функционалу, так и по скорости работы. Приложения также имеют доступ к аппаратной части устройств: камере, микрофону, акселерометру, телефонной книге и т. п., экономно расходуют ресурсы, работают полностью или частично при отключенном интернет-соединении. Для них не нужен браузер. Приложения загружаются через магазины приложений (App Store, Google Play и т. д.) и соответствуют требованиям этих стоков (например, «Тест ПДД Беларуси», «Белорусская клавиатура»).

Гибридные приложения – нечто среднее между нативными и веб-приложениями. Они сочетают в себе кросс-платформенность и возможность использования программного обеспечения мобильного устройства. Устанавливаются через официальные магазины или целевые сайты, имеют ограниченный доступ

к аппаратной части устройства, имеют возможность независимого обновления информации, по функционалу и качеству приближены больше к нативным приложениям. Вместе с этим главный контент является платформонезависимой страницей, которая размещена на сервере, благодаря чему можно обновить продукт без необходимости выпуска новой версии. В качестве примера можно привести мобильные приложения «Известия НАНБ» для чтения научных журналов с сайта belnauka.by и «Беларуская Палічка» для чтения книг с сайта белорусской электронной библиотеки knihi.com. Исследование App Annie [3] показало, что пользователи смартфонов проводят в нативных приложениях в 7 раз больше времени, чем в мобильных браузерах, и заходят в них в 13 раз чаще.

Мобильные приложения также можно разделить по категориям, исходя из того, для каких целей они могут быть использованы: системные, навигационные, контентные приложения, игры, мультимедиа, программы для общения. В зависимости от области применения мобильные приложения делятся по следующим категориям: развлечения, путешествия, бизнес, социальные, спорт, образование, игры, для всей семьи и т. д. Кроме того, существует классификация приложений по типу монетизации: бесплатные, платные, бесплатные за базовый функционал, с оплатой за расширенные функции или приобретение виртуальных благ, связанных с данным приложением.

По частоте использования мобильные приложения делятся на четыре группы.

Первая группа – приложения, которые используются интенсивно и к которым пользователи сохраняют свою лояльность в течение долгого времени (по статистике [1] к таким относятся приложения лишь из двух категорий – новости и коммуникация).

Вторая группа – приложения, которые интенсивно используются, но лишь ограниченный период времени, например: образовательные приложения, книги, потоковое аудио, социальные сети и ряд других. Большинство пользователей заинтересовано в них до достижения поставленной цели (например, для сервиса знакомств – до встречи человека).

Третья группа – приложения, которые используются нечасто и имеют большой отток аудитории, например средства для

персонализации. Не каждый пользователь будет менять оформление рабочего стола или заставку каждый день.

Четвертая группа – приложения, которые используются нечасто, но остаются на смартфонах пользователей очень долго. Примером являются сервисы по заказу авиабилетов или гостиниц, карты, прогнозы погоды. Именно эти приложения имеют самую высокую стоимость использования.

Мобильные приложения сферы культуры и искусства относятся, как правило, ко второй или третьей группе.

У среднестатистического пользователя на смартфоне установлено примерно 33 приложения, третьей частью из которых он пользуется ежедневно. Однако регулярно, примерно 80 % времени [3], люди проводят всего в четырех мобильных сервисах – это социальные сети, мобильный браузер, видеохостинги и мессенджеры. 34 % пользователей играют на телефоне в игры.

Согласно данным компании App Annie, на конец октября 2017 г. в магазинах App Store и Google Play предлагалось более 2 и более 3,5 млн приложений соответственно. Кроме того, число новых приложений продолжает расти в геометрической прогрессии. За октябрь 2017 г. в App Store вышло около 50 тыс. приложений, а в Google Play добавилось свыше 150 тыс.

Анализ состава мобильных приложений в Google Play показал, что белорусский контент представлен в них недостаточно, в основном с коммерческими целями. Это карты, путеводители, транспорт, финансы, афиша, новости, справочники, магазины, словари, разговорники, еда, спорт и др. Хорошо представлены законодательство Беларуси, кадастры, радиостанции, телевидение, хоккей. Крайне слабо (фрагментарно) представлена белорусская музыка и белорусские исполнители, нет ни одного белорусского фильма.

В категории «Книги» Google Play белорусская литература в основном размещена силами мультимедийного издательства Стрельбицкого (г. Киев) – 97 белорусских авторов и белорусские народные сказки, а также российской компанией ЛитРес – научная, популярная и литература современных авторов на русском языке.

Среди отдельных представленных мобильных приложений можно выделить 12 приложений по истории Беларуси; католи-

ческий молитвенник; игру «Симулятор Беларуси 2»; «Глобус Беларуси»; «Грибы Беларуси»; BelQuotes – лучшие цитаты выдающихся деятелей белорусской истории и народные пословицы на белорусском языке; рекламное коммерческое приложение-симулятор «Дуда», которое имитирует игру на национальном белорусском инструменте; приложение для родителей «Краіна казак», которое включает проиллюстрированные и озвученные книги на белорусском языке для детского возраста, песни, колыбельные. Есть возможность не только прослушать их вместе с детьми, но и прочитать необходимое количество раз для запоминания и заучивания.

Таким образом, мобильные приложения пока реализовали лишь малую долю своего потенциала в сфере культуры и искусства Беларуси. Так как в последние годы наметилась четкая тенденция трансфера контента в мобильные платформы, следует шире использовать мобильные приложения как медиаканал для распространения белорусской культуры и привлечения к белорусским национальным традициям.

1. Запускалов, А. Категории мобильных приложений и частота их использования [Электронный ресурс] / А. Запускалов // Cossa.ru – информ. портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступа : <https://www.cossa.ru/149/27855/>.

2. Карпюк И. А. Сравнительный анализ мобильных приложений и инструментальных средств их разработки [Электронный ресурс] / И. А. Карпюк, Н. М. Куляшова // Концепт : науч.-метод. электронный журнал. – 2017. – Т. 31. – С. 826–830. – Режим доступа : <http://e-koncept.ru/2017/970180.htm>.

3. Ретроспектива-2017: необычайно успешный год для индустрии приложений [Электронный ресурс] // App Annie. – Режим доступа : <https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/app-annie-2017-retrospective/>. – Дата доступа : 20.03.2018.

4. Статистика интернет-аудитории Беларуси [Электронный ресурс] // Gemius. – Режим доступа : <http://ranking.gemius.com/by/>. – Дата доступа : 20.03.2018.