

что усиливает эмоциональную отзывчивость студентов и помогает лучше понять содержание музыки.

Перечисленные методы могут быть адаптированы в зависимости от возраста хористов и их индивидуальных особенностей, что сделает процесс обучения более эффективным и увлекательным.

Таким образом, развитие эмоциональной отзывчивости у студентов в процессе вокально-хоровой деятельности требует комплексного подхода, соединяющего в себе создание атмосферы психологического доверия, командное взаимодействие и целенаправленный выбор репертуара. Эмоции, которые возникают в процессе совместного музицирования, способствуют личностному росту каждого участника хора, укрепляют любовь к музыке и вдохновляют на новые творческие свершения.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Психология. Учебник для гуманитарных вузов / под общ. ред. В. Н. Дружинина. – СПб.: Питер, 2001. – 656 с.
2. Панкевич, Г. Звучащие образы / Г. И. Панкевич. – М.: Знание, 1977. – 112 с.
3. Вашкевич, Н. Н. Сущность понятия «педагогические условия» в специальной научной литературе / Н. Н. Вашкевич. Н. В. Бычкова // Эстетическое образование: традиции и современность. Материалы V Межд. студ. научн.-практ. конф. научное электр. издание локального распространения. – Минск, 2017. – С. 231–234.

Бабенкова Н.Д., студент 508 группы  
заочной формы получения образования  
Научный руководитель – Якимович В.С.,  
кандидат педагогических наук

## **МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ МУЗЫКАЛЬНЫХ ФОНДОВ**

В современном мире, где информационные технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни, а мобильные устройства – окном в бескрайний океан информации, традиционные формы популяризации культурного наследия, в том числе музыкальных фондов, требуют инновационных подходов. Стремительное развитие цифровых технологий и, в частности, мобильных приложений, предоставляет уникальную возможность привлечь внимание широкой аудитории к богатейшему музыкальному достоянию, хранящемуся в фондах библиотек, архивов и музеев.

Цель статьи заключается в выявлении возможностей мобильных приложений как средства популяризации музыкального наследия.

Понятие «популяризации» имеет множество определений, в данной работе мы опираемся на определение, данное Т. С. Жилинской и В. С. Якимович, которые в своей статье «Презентация деятельности учреждений культуры и искусств с использованием информационных технологий» рассматривают «популяризацию» как «описание некоторых социальных явлений (например рост популярности), коммуникативной деятельности, имеющую объект, цели, задачи и структуру, в т. ч. этапы, аспекты, механизмы реализации» [1, с. 17].

Популяризация научных знаний, культуры и социальных явлений играет важную роль в развитии общества, способствуя формированию научной грамотности и повышению образовательного уровня. Одной из ее ключевых задач является просветительская деятельность, направленная на расширение доступности знаний и стимулирование интереса к науке и культуре. Важную роль играет также коммуникативный аспект, предполагающий использование различных средств передачи информации, включая цифровые платформы, традиционные средства массовой информации и специализированные мероприятия, что позволяет «обеспечить эффективное распространение научных

знаний среди широкой аудитории» [2]. Таким образом, популяризация способствует не только распространению информации, но и формированию критического мышления, необходимого для современного общества.

Существует большое количество классификаций по различным основаниям популяризации. На основании анализа литературы, на наш взгляд, для популяризации культурного наследия и, в частности, музыкальных фондов, могут быть выделены несколько направлений. Во-первых, важную роль в популяризации музыкального наследия играют *интернет-ресурсы*, среди которых особое место занимают: музыкальные порталы (<https://bachtrack.com/>, <https://www.allmusic.com/> и др.), сайты музыкальных учреждений (<https://www.juilliard.edu/>, <https://www.mosconsrv.ru/> и др.), сайты музыкальных фестивалей и конкурсов (<https://www.eif.co.uk/>, <https://tchaikovskycompetition.com/>, <https://fest.muzikantoff.ru/> и др.), персональные интернет-странички музыкантов (<https://matsuev.ru/>, <https://www.juilliard.edu/>, <http://www.ludmilauli.com/> и др.), сайты, посвященные отдельным музыкальным направлениям (<https://www.okayplayer.com/>, <https://pitchfork.com/> и др.), нотные архивы (<http://nlib.narod.ru>, <http://scores.at.ua>, <http://akuratnov.ru/index.php> (для скрипа-чей), <http://balalaika.org.ru> (для балалаечников), <http://notes.tarakanov.net> (нотный архив Бориса Тараканова) и др.), электронные версии музыкальных периодических изданий (<https://imslp.org/>, <https://www.mutopiaproject.org/> и др.).

Во-вторых, важным инструментом для популяризации музыкального наследия являются *социальные сети*, которые в последние годы стали мощными каналами коммуникации. Платформы, такие как Instagram, Facebook, Telegram, и др. позволяют музыкантам и учреждениям культуры, связанным с музыкой, напрямую взаимодействовать с аудиторией. В социальных сетях активно публикуются анонсы концертов, музыкальные произведения, видеозаписи с выступлений, а также информация о новых альбомах и проектах. Одним из ярких примеров является профиль Филармонии Парижа, который активно использует социальные сети для привлечения внимания к концертам и выставкам. Таким образом в настоящее время социальные сети становятся основным каналом

коммуникации между артистами и их поклонниками.

В-третьих, значительную роль в популяризации музыкального наследия играют *платформы для онлайн-трансляций*, такие как YouTube и Vimeo, дающие возможность распространения музыкального контента среди широкой аудитории, предоставляя доступ к видеозаписям концертов, интервью с музыкантами и образовательным материалам. Эти платформы особенно актуальны были в условиях глобальной пандемии, когда массовые мероприятия были ограничены, а онлайн-трансляции стали основным способом подключения к культурным событиям. Как отмечает Бахтар, «онлайн-трансляции позволяют расширить аудиторию, преодолевая географические и социальные барьеры» [3, с. 156].

В качестве четвертого направления популяризирующего музыкальный контент можно выделить *использование виртуальной и дополненной реальности*. Одним из примеров успешного применения виртуальной реальности для популяризации музыки являются виртуальные концерты (виртуальные выступления таких знаменитых исполнителей, как Eminem, Ariana Grande и Metallica ([https://www.youtube.com/playlist?list=PLd\\_An9ufLQrp1Fc0Sf4NUjdxRoh3U4aIi](https://www.youtube.com/playlist?list=PLd_An9ufLQrp1Fc0Sf4NUjdxRoh3U4aIi))), которые сочетают в себе музыку, элементы видеоигровых технологий и визуальные эффекты, превращая традиционное представление о концерте в масштабное и интерактивное событие. Эти шоу привлекают миллионы зрителей по всему миру, демонстрируя, как виртуальная реальность может стать важным инструментом для популяризации музыкальных произведений и взаимодействия с аудиторией.

Пятым значимым направлением для популяризации культурного наследия и, в частности, музыкальных фондов, на наш взгляд, является *использование мобильных приложений* для распространения музыкального контента и вовлечения аудитории.

На наш взгляд, использование мобильных приложений в рамках популяризации музыкальных фондов, является наиболее оптимальным вариантом. Об этом свидетельствуют и различные нормативные документы. Например, в рамках государственной программы "Культура Беларуси" на 2021–2025 годы акцентируется внимание на внедрении цифровых технологий, что включает в себя

разработку мобильных приложений для популяризации [4]. Под «мобильным приложением мы понимаем «программное обеспечение, разработанное для работы на мобильных устройствах, таких как смартфоны и планшеты. Оно может быть нативным (созданным для конкретной операционной системы, например, iOS или Android) или гибридным (работающим на нескольких платформах)» [5].

Мобильные приложения занимают ключевую роль в популяризации музыки и музыкального контента, так как обеспечивают доступ к обширным музыкальным библиотекам и способствуют распространению музыкальных произведений среди различных слоев населения. Одним из наиболее известных приложений является Spotify, который предоставляет пользователям доступ к миллионам песен, подкастов и персонализированных плейлистов. Это приложение активно используется для популяризации различных музыкальных жанров и продвижения как известных, так и новых артистов. Не менее значимым является Apple Music, который также предлагает обширную музыкальную библиотеку, включая эксклюзивные релизы, радиостанции и плейлисты. Платформа способствует распространению музыкальных произведений и предоставляет новые возможности для взаимодействия с аудиторией.

Важную роль в процессе популяризации также играют и приложения для распознавания музыки, такие как Shazam и SoundHound. Эти приложения позволяют пользователям идентифицировать музыкальные произведения, которые они слышат в реальном времени, и активно способствуют распространению информации о песнях, артистах и альбомах. Они помогают не только расширить музыкальный кругозор пользователей, но и поддерживают культурный обмен и повышение музыкальной осведомленности.

Кроме того, такие приложения, как YouTube Music, предоставляют доступ к музыкальным клипам, альбомам и подкастам, создавая канал для популяризации новых релизов и культурных событий. Tidal, ориентированный на пользователей, ищущих высококачественное звучание, также способствует популяризации музыкальных произведений за счет эксклюзивного контента и акцента на высокое качество звука, что привлекает требовательную аудиторию.

Важной платформой для независимых музыкантов является Bandcamp, которая позволяет артистам продавать свои произведения напрямую своим фанатам. Это приложение способствует популяризации музыки, обеспечивая независимым исполнителям возможность монетизировать свою работу и находить новую аудиторию.

Таким образом, мобильные приложения оказывают значительное влияние на процесс популяризации музыки, обеспечивая доступ к разнообразному контенту, поддерживая взаимодействие между артистами и слушателями, а также расширяя возможности для культурного обмена.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Жилинская, Т. С., Якимович, В. С. Презентация деятельности учреждений культуры и искусств с использованием информационных технологий // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2023. – №4 (50). – С. 16–27.
2. Маркетинговое продвижение [Электронный ресурс] // Sales Generator. – URL: <https://sales-generator.ru/blog/marketingovoe-prodvijenie/#3> (дата обращения: 09.03.2025).
3. Бахтар, Д. Роль онлайн-платформ в распространении музыки / Д. Бахтар. – М.: Культурные практики, 2019. – 220 с.
4. Государственная программа "Культура Беларуси" на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100053> (дата обращения: 10.03.2025).
5. Руководство по разработке мобильных приложений [Электронный ресурс] // AppMaster.io. – URL: <https://appmaster.io/ru/blog/rukovodstvo-po-razrabotke-mobilnykh-prilozhenii> (дата обращения: 09.03.2025).