

## Современное состояние музыкальных стриминговых сервисов в России

Научный руководитель – Свенцицкая Людмила Петровна

*Балябина Полина Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: polinabalabina@yandex.ru*

Музыкальная индустрия стремительно меняется. Появляются все новые технологии и способы создания и распространения музыки, к которым относятся в том числе стриминговые сервисы («стриминг» - это способ передачи определенных данных от провайдера к пользователю, при этом контент остается на удаленном сервере, поэтому им можно пользоваться без скачивания на устройство [3]). Такие сервисы начали набирать популярность еще в 2015 - 2018 годах, а за время эпидемии Covid-19 произошел ее дополнительный скачок. Отмечается тенденция: для жителей России становится все более приемлемым покупать подписки на музыку и кино. Так, по данным опроса, проведенного Райффайзенбанком [2], почти 80% россиян используют платные подписки, тратя на них в среднем от 500 руб. до 1000 рублей в месяц. К тому же, стриминговые сервисы все чаще оказываются элементом целой экосистемы, в которой присутствуют и другие приложения - от заказа еды и вызова такси до онлайн-кинотеатров.

В связи с популяризацией и развитием стримингов в музыкальной индустрии мы решили провести исследование и определить наиболее функциональный и практичный музыкальный стриминговый сервис для российской целевой аудитории. Для этого были взяты следующие платформы: «Apple Music», «Яндекс.Музыка», «YouTube Music», «VK Music», «Spotify», «Deezer», «СберЗвук» и «SoundCloud». Параметры, по которым сравнивались стриминговые сервисы: возможность установки приложения на различные устройства; наличие русского языка в интерфейсе, величина аудиоархива, доступность текстов песен, наличие функции рекомендации музыки на основании предпочтений пользователя, присутствие плейлистов и подкастов, возможность прослушивать музыку офлайн и длительность бесплатного пробного периода, стоимость месячной подписки (индивидуальной, без учета каких-либо категорий пользователей), а также возможность доступа к другим сервисам по обычной месячной подписке.

В качестве методов исследования мы использовали: 1) сопоставительный анализ данных по избранным потоковым музыкальным сервисам; 2) социологические исследования, проведенные Институтом общественного мнения [1] в 2020 году.

По ходу исследования мы выяснили следующее:

1. Все избранные для исследования сервисы работают как на Android, iOS, так и на компьютере. Это показывает, что данные приложения рассчитаны на широкую аудиторию, использующую различные технические устройства для прослушивания музыки. Также стоит отметить, что во всех предложенных сервисах есть различные тематические плейлисты и актуальные для российских слушателей подкасты.

2. Рассматриваемые в работе музыкальные стриминговые сервисы предоставляют пользователям возможность бесплатно опробовать их площадки. При этом сроки тестового периода варьируются от 1 до 3 месяцев.

3. Стоимость подписки большинства рассматриваемых сервисов колеблется в пределах 200 рублей. Однако «SoundCloud» предлагает пользователям оформить подписку на месяц почти за 5 долларов США, что составляет около 435 рублей (по курсу ЦБ РФ

от 25 февраля 2022 года). В то же время платформы «Apple Music», «YouTube Music», «Spotify» и «СберЗвук» имеют одинаковую стоимость месячной подписки и по многим другим параметрам могут конкурировать друг с другом.

4. Наиболее выгодными вариантами для прослушивания музыки российскими пользователями являются музыкальные стриминговые сервисы «Яндекс.Музыка» и «VK Music». Это также подтверждено результатами социологического исследования, проведенного Институтом общественного мнения. При оформлении подписки как на «Яндекс.Музыку», так и на «VK Music» пользователь получает доступ к другим сервисам, а также бонусы в виде скидок и кэшбэка. При этом, по результатам опроса Института общественного мнения, наибольшее предпочтение при оформлении подписки россияне отдают стриминговому сервису «Яндекс.Музыка», несмотря на более высокую по сравнению с другими рассмотренными сервисами стоимость месячной подписки. Это может быть связано с тем, что в «пакет» подписки входит множество других сервисов, предлагаемых российской компанией «Яндекс». Оформление такой подписки становится наиболее выгодным решением для пользователя.

5. По многим рассмотренным в работе параметрам, в числе которых наличие интерфейса на русском языке, рекомендации музыки на основании предпочтений пользователя и другие, выяснилось, что наиболее неудобным стриминговым сервисом для использования российскими пользователями является «SoundCloud».

На основании проведенного исследования мы сделали вывод о том, что наиболее функциональным и практичным музыкальным стриминговым сервисом для российской целевой аудитории является «Яндекс.Музыка».

#### Источники и литература

- 1) Где россияне слушают музыку? Рейтинг онлайн-сервисов: <https://iom.anketolog.ru/2020/08/25/audioservisy>
- 2) Райффайзенбанк: 25% россиян платят за подписки, которые не подключали: [http://www.cnews.ru/news/line/2021-11-12\\_rajffajzenbank\\_25\\_rossiyan](http://www.cnews.ru/news/line/2021-11-12_rajffajzenbank_25_rossiyan)
- 3) Цифровая революция или что такое стриминговые сервисы?: <https://mdex-nn.ru/page/chto-takoe-strimingovye-servisy.html>