

**Изменение места музыкальных стриминговых сервисов в российской медиасистеме в 2022 г.**

**Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна**

**Базоева Дзерасса Исламовна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: dzerassa771@gmail.com*

В 1990-х годах на российском музыкальном рынке наиболее развитым и прибыльным сегментом была концертная деятельность. До 2010-х годов основная прибыль музыкантов и других участников музыкального рынка России складывалась из оплаты за проведенные концерты, например, в 2015 году гонорары составляли до 95% доходов артистов. В то же время производство и распространение контента на носителях редко приносили весомый доход[1].

Российский музыкальный медиарынок изменился с появлением в 2010 году первой отечественной стриминговой платформы «Яндекс Музыка» от компании «Яндекс». К 2013 году в Россию пришла «большая тройка» главных дистрибьюторов: *Universal Music Group*, *Warner Music Group* и *Sony Music Entertainment*. В 2017 году социальная сеть «ВКонтакте» запустила монетизацию музыки с помощью собственного сервиса *BOOM*. По данным исследования маркетингового агентства *AnalyticResearchGroup*, в 2020 году объем отечественного рынка увеличился на 17%, а его финансовый оборот достиг 18 миллиардов рублей[2].

В 2022 году российский медиарынок потерпел значительные изменения, которые для некоторых сегментов могли оказаться сокрушительными. Вследствие ухода с отечественного рынка международных музыкальных стриминговых платформ — *Apple Music*, *Spotify*, *YouTube Music* — финансовый оборот сократился почти на 30-50%, с 9,5 миллиард рублей в 2021 году до 5-7 млрд рублей в 2022 году[3]. Однако в ходе исследования мы выяснили, что события 2022 года помогли российским музыкальным сервисам не только предотвратить падение, но и нарастить аудиторию с помощью развития экосистем, новых контрактов с российскими лейблами и более выгодных предложений для потенциальных подписчиков.

По данным исследования группы *Kantar*, в течение года 83% бывших пользователей международных сервисов перешли на платные отечественные стриминги, а 14% — обратились к пиратским ресурсам[4]. В связи с этим доля нелегального рынка увеличилась на 3,6%, но доля аудитории у легальных платформ осталась неизменной. Для проведения исследования британской группой *Kantar* были опрошены 2500 россиян в возрасте от 16 до 55 лет, проживающие в городах с населением более 100 тысяч человек.

Наиболее популярным стриминговым сервисом у российских пользователей по данным «Яндекса» стала платформа «Яндекс Музыка», которую выбрали 83% бывших подписчиков *Apple Music*, 71% пользователей *YouTube Music* и 65% клиентов *Spotify*. Второе место заняла платформа «VK Музыка», а третье — *МТС Music*. Из зарубежных сервисов больше всего российских слушателей было у *YouTube Music*, следом шли *Spotify* и *Apple Music*[5]. Три лидирующих российских музыкальных стриминга отдают предпочтение системе подписки, предлагая каждому новому пользователю пробный месяц без оплаты. Например, размер ежемесячного платежа в «VK Музыка» составляет 159 рублей в месяц, а в «МТС Music» — 169 рублей в месяц. В то время как система «суперподписки» на «Яндекс Плюс»,

которая позволяет пользоваться всеми продуктами экосистемы компании, составляет всего лишь 199 рублей в месяц.

Зарубежные музыкальные платформы отказались принимать платежи от клиентов российских банков с марта 2022 года. Все началось с временных закрытий офисов компаний. Например, свою работу на «неопределенное время» приостановил офис *Spotify*, при этом он оставался доступным для прослушивания российскими пользователями[6]. В том же месяце конгломерат *Apple* отказался от обработки запросов с российских банковских карт для оплаты услуг и продуктов[7]. Несмотря на все сложности, платформа все еще доступна для пользования в России, хоть и со значительными изменениями каталога: многие исполнители изъяли уже опубликованные альбомы, а новинки не выходят на протяжении долгих месяцев. Также в начале марта корпорация *Google*, которому принадлежит *YouTube Music*, приостановил прием платежей из *Google Play* для российских пользователей, а также доступ к подпискам *Premium* и *Music Premium*, о чем были предупреждены российские авторы каналов на видеохостинге[8].

Нами было выявлено, что одной из ключевых причин снижения финансового оборота на отечественном рынке музыкальных стримингов можно считать сокращение наименований в библиотеках контента. После официального ухода с российского медиарынка американские компании *Sony Music Entertainment*, *Warner Music Group*, *Universal Music Group*, а также британский лейбл *WARP* запретили россиянам прослушивать работы многих зарубежных исполнителей[9]. Перед уходом платформа *Spotify* удалила весь контент российских государственных СМИ (*RT* и *Sputnik*), а позже и вовсе лишила возможности прослушивать работы некоторых музыкантов[10].

В 2022 году российские музыкальные стриминговые сервисы попытались компенсировать уход международных компаний с отечественного рынка с помощью развития экосистем и более выгодных предложений для потенциальных подписчиков. Уменьшение количества музыкальных продуктов, доступных россиянам, лишь позволило заключить новые договоренности, которые помогли привлечь большее количество уникальных пользователей.

### Источники и литература

- 1) Агентство креативных индустрий: <https://data.tedo.ru/publications/moscow-music-market.pdf#page8>
- 2) Магазин исследований РБК: <https://marketing.rbc.ru/articles/13064/>
- 3) Коммерсант: <https://www.kommersant.ru/doc/5810459>
- 4) Inc.: <https://incrussia.ru/news/rossijskie-muzykalnye-servisy/>
- 5) AdIndex: <https://adindex.ru/news/researches/2022/08/29/306293.phtml>
- 6) Variety: <https://variety.com/2022/digital/news/spotify-closes-russia-office-removes-rt-sputnik-1235194594/>
- 7) Банк России: <https://cbr.ru/press/event/?id=12720>
- 8) РБК: <https://www.rbc.ru/finances/25/02/2022/6218b2269a79479df6b60269>
- 9) Коммерсант: [https://www.kommersant.ru/doc/5594096?from=doc\\_vrez](https://www.kommersant.ru/doc/5594096?from=doc_vrez)
- 10) Spotify: <https://www.spotify.com/int/why-not-available/>