**Отечественные музыкальные стриминги: актуальное состояние**

**Научный руководитель — Вартанова Елена Леонидовна**

***Базоева Дзерасса Исламовна***

Студент (магистрант)

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

*E-mail: dzerassa771@gmail.com*

Дистрибуция музыкального контента посредством стриминговых сервисов на отечественном медиарынке началась в 2010 году с завершением формирования первой российской платформы «Яндекс.Музыка» от компании «Яндекс». В 2013 году «большая тройка» распространителей: Universal Music Group, Warner Music Group и Sony Music Entertainment, заключила с «Яндекс.Музыкой» договор о лицензионном распространении интеллектуального труда иностранных музыкальных исполнителей. Спустя девять лет «большая тройка» покинула российский медиарынок, вместе с тем отозвав права на дистрибуцию новых музыкальных композиций зарубежных музыкантов с помощью платформ Apple Music, YouTube Music и Spotify на территории России. Вследствие скорой перемены в форматах и условиях потребления платформ — отсутствие новинок, сложности в оплате, — финансовый оборот музыкального сегмента российского медиарынка сократился почти в два раза — с 9,5 млрд рублей в 2021 году до 5-7 млрд рублей в 2022 году[1].

Преобразования в составе участников музыкального сегмента отечественного медиарынка вызвало изменение в медиапотреблении россиян. По данным исследования группы Kantar, в 2022 году 83% бывших пользователей международных сервисов перешли на платные отечественные стриминги, а 14% — обратились к пиратским ресурсам. Наиболее популярным стриминговым сервисом у российских пользователей стала платформа «Яндекс Музыка», которую выбрали 83% бывших подписчиков Apple Music, 71% пользователей YouTube Music и 65% клиентов Spotify[2]. Лидерство «Яндекс Музыки» очевидно и во время кризисного 2022 года.

При сравнении данных за 2022 и 2023 годы можем отметить прирост аудитории сервисов на 25% и увеличение объема трафика на 36%. Рейтинг по объему трафика и количеству пользователей возглавляет платформа «Звук» (+170%; увеличилось в 5,2 раза). Вторую позицию заняла «Яндекс Музыка» (+155%; увеличилось в 1,5 раза), а третью — «VK Музыка», показатели которой изменились незначительно (+0,4% пользователей; в 1,4% больше мобильного трафика)[3]. Как мы видим, «VK Музыка» и «Яндекс Музыка» по-прежнему сохраняют лидерство в отрасли с преобладающей долей рынка.

«Яндекс Музыка» — один из наиболее удобных и популярных стриминговых сервисов в России. Особенность бизнес-модели сервиса — комбинированная подписка на «Яндекс Плюс», который включает в себя доступ к нескольким сервисам, в том числе к музыкальному контенту. Подписная модель монетизации значительно помогает наращивать аудиторию, но, в то же время, нельзя утверждать, что все активные пользователи других сервисов внутри экосистемы «Яндекса» будут использовать возможности музыкальной платформы. По данным финансового отчета «Яндекса» за IV квартал 2023 года и 2023 годе, число подписчиков «Яндекс Плюса» составило 30,4 миллиона пользователь, что на 58% больше с аналогичным показателем на конец четвертого квартала 2022 года[4].

Во время использования «Яндекс Музыки» пользователи отмечают не только ее расширенный спектр доступного контента, но и удобство интерфейса и привлекательные дизайнерские решения приложений. В 2023 году впервые за 9 лет работы сервис провел масштабный ребрендинг, который призван помочь транслировать актуальные эмоции, создавать комфорт для личного развития, стать источником воодушевления. Как утверждает Александра Сагалович, руководитель сервиса «Яндекс Музыка», «ключевой графической метафорой стал яркий импульс, отражающий готовность двигаться к тому, чего человек действительно хочет»[5]. Логотип стал простым и ярким — желтая звезда на черном фоне привлекает внимание и стала узнаваемой не только среди подписчиков «Яндекс Плюса», но и среди целевой аудитории.

Успешное увеличение аудитории стриминговых сервисов, развитие платформ связано не только с изменениями в брендировании, расширением контентной библиотеки, поддержкой молодых отечественных исполнителей, но и с введением новых форматов работы со слушателями. Одним из них стал обновленный алгоритм в настройке «Незнакомое» в функции «Моя волна» платформы «Яндекс Музыка». Благодаря изменению в структуре алгоритма пользователи будут чаще прослушивать неизвестные треки, что способствует активному поиску новой музыки и исполнителей, быстрому наращиванию аудитории еще незнакомого артиста. Преобразования в «Моей волне» себя оправдали — пользователи стали добавлять в личную коллекцию на 20% больше неизвестных им ранее исполнителей, а также слушатели постепенно расширяют музыкальный кругозор[6].

По словам экспертов, в 2023 году мы сможем отметить значительный рост объема подписной части рынка музыкального стриминга в России — 24-26 млрд рублей в сравнении с 5-7 млрд рублей в 2022 году. Также эксперты утверждают, что благодаря устойчивой позиции российских участников медиарынка в начале 2022 года (более 50% аудитории сервисов) по итогам 2023 года удастся вернуться к показателям докризисного 2021 года.

Уход зарубежных компаний поставил новый вызов перед российскими платформами — привлечь новый пользователей, которые вследствие преобразований ищут комфортный и современный отечественный сервис По предоставленным выше данным можно заключить, что «Яндекс Музыка» занимает лидирующую позицию благодаря не только масштабной реформе своего бренда, но и активному развитию функций, направленных на знакомство аудитории с неизвестными российскими исполнителями и на поддержку уже сформированной привычки потребления слушателями музыкальных композиций уже знакомых авторов.

1. Коммерсант: <https://www.kommersant.ru/doc/5810459>
2. Inc.: <https://incrussia.ru/news/rossijskie-muzykalnye-servisy/>
3. YOTA: <https://www.yota.ru/press#11014720>
4. Финансовые результаты за IV квартал 2023 года и 2023 год: <https://ir.yandex.ru/financial-releases>
5. Forbes: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/501556-rukovoditel-andeks-muzyki-forbes-my-bol-se-ne-utilitarnyj-servis-s-katalogom>
6. Правила жизни: <https://www.pravilamag.ru/news/culture-and-entertainment/22-02-2024/718509-yandeks-muzyka-predstavila-novyi-algoritm-rekomendacii-dlya-poiska-novyh-ispolnitelei-v-moei-volne/>