

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Современное состояние стриминговых сервисов в России**

Исследовательская  
работа  
студентки IV курса  
дневного отделения,  
401 группы  
БАЛЯБИНОЙ П.А.

Руководитель спецкурса:  
аспирант  
ПЕРШИНА Е.Д.

# Содержание

Введение.....	стр. 3
1.1 Музыкальная индустрия. Понятие.....	стр. 4
1.2. Онлайн-сервис iTunes Music.....	стр. 5
2.1. Новый музыкальный «переворот»: стриминговые сервисы.....	стр. 5
2.2. Обзор популярных музыкальных стриминговых сервисов.....	стр. 7
Заключение.....	стр. 12
Библиография.....	стр. 13

## Введение

В современных условиях музыкальная индустрия претерпевает масштабные изменения. Это во многом связано с эпидемией Covid-19. Несмотря на то что стриминговые сервисы начали набирать популярность еще в 2015 – 2018 годах, за время пандемии произошел ее дополнительный скачок. Наблюдается следующая тенденция: для жителей России постепенно становится приемлемым покупать подписки на музыку и кино. Тем более что некоторые стриминговые сервисы связаны одной экосистемой с другими приложениями – от заказа еды и вызова такси и до возможности послушать релизы или посмотреть киноновинки, не выходя из дома. Как отмечает Эльдар Муртазин, аналитик Mobile Research Group, «такая концепция позволяет получить продукты по более низкой цене, чем пришлось бы заплатить в случае оплаты «навсегда»<sup>1</sup>.

В связи с этим целью данного исследования является определение наиболее предпочтительного музыкального стримингового сервиса для российской аудитории.

Гипотезой работы является предположение о том, что Яндекс.Музыка – наиболее предпочтительный стриминговый сервис для российской аудитории. Для доказательства или опровержения гипотезы будут проанализированы по различным параметрам стриминговые сервисы. Также в ходе исследования будут использованы данные социологического опроса, проведенного Институтом общественного мнения.

---

<sup>1</sup> Черноусов И. Почему так популярны онлайн-подписки / И. Черноусов // Российская газета. – 2020. – № 223(8277) – URL: <https://rg.ru/2020/10/04/pochemu-vygosla-populiarnost-razlichnyh-onlajn-podpisok.html> - (Дата обращения: 24.12.2021).

## 1.1. Музыкальная индустрия. Понятие

Понятие «музыкальная индустрия» обозначает деятельность организаций и отдельных лиц, которая связана с предоставлением доступа к музыкальным композициям с целью получения денежной прибыли. К данной категории относятся авторы, композиторы, исполнители, телевизионные и радиокomпании, организаторы различных мероприятий, производители фонограмм, производители и поставщики специализированной аппаратуры, разработчики программных обеспечений, работники рекламных агентств и другие. Кроме того, музыкальный рынок обеспечивает занятость для работников многих, на первый взгляд, далеких от рассматриваемой сферы секторов, таких как, например, типографии и издательства.

Итак, одними из непосредственных участников музыкальной индустрии являются исполнители.

Традиционное публичное исполнение музыки сегодня уже не является главным видом использования музыкальных произведений и, возможно, не служит основным источником получения прибыли для некоторых артистов-исполнителей, хотя нельзя недооценивать роль и шоу-бизнеса. На сегодняшний день во многих странах мира популярно публичное исполнение музыки в различных заведениях, к примеру, в кафе, клубах и ресторанах. Таким образом музыканты заявляют о себе и, возможно, даже становятся известными в определенных кругах.

Следующим видом использования музыкальных произведений с целью получения прибыли не только самих музыкантов, но и других субъектов музыкального рынка является звукозапись музыкальных композиций. Этому процессу в наше время способствует быстрое развитие новых технологий. Таким образом, появляются и последующие участники музыкальной индустрии, а именно – создатели фонограмм, то есть звукозаписывающие компании.

## **1.2. Онлайн-сервис iTunes Music**

Музыкальный бизнес постоянно пополняется какими-либо новинками, способными серьезно изменить индустрию. К таким грандиозным инновациям в сфере музыкального рынка относится онлайн-магазин, представленный компанией Apple, – iTunes Music, который распространяет цифровой контент для фирменных электронных устройств.

С запуском в 2003 году сервиса iTunes стало возможным обеспечение легального и довольно удобного способа скачивания музыки в интернет-пространстве. В результате iTunes Music получил звание музыкального топ-магазина в 2008 году в США, а двумя годами позднее – уже в мире. Эти новинки позволили выйти на новый уровень борьбы с нарушением авторских прав – пиратством в музыкальной индустрии.

По сути успех представленной выше бизнес-модели построен вокруг создания простого, но в то же время выгодного предложения: в одном месте собран полноценный цифровой музыкальный каталог, представленный в понятной и удобной для пользователя форме.

Одновременно с запуском данного, по-настоящему революционного, сервиса продажи музыкальных записей в глобальном масштабе сократились с 12 до 7 миллиардов долларов в 2013 году. В то же самое время потребители стали приобретать гораздо большее количество музыкального контента, чем когда-либо ранее, но теперь в форме цифровых музыкальных композиций (так называемых «треков»), популяризированных сервисом iTunes.

### **2.1. Новый музыкальный «переворот»: стриминговые сервисы**

Около двадцати лет прошло после переворота в музыкальной сфере, совершенного сервисом iTunes. На сегодняшний день музыкальный рынок претерпевает новые, возможно, еще более радикальные изменения, которые выражаются в процветании стриминговых сервисов типа Яндекс.Музыка, YouTube, Spotify и других.

Для того, чтобы понимать, о чем пойдет речь дальше, необходимо дать объяснение такому феномену, как стриминг. Итак, стриминг (англ. streaming – потоковый) – это способ передачи определенных данных от провайдера к пользователю, при этом контент остается на удаленном сервере, что убирает необходимость скачивать музыку на устройство для её последующего использования. Стриминговые сервисы отличаются удобством в использовании, так как для прослушивания музыкального контента не требуется его скачивание на электронное устройство, соответственно, в гаджете освобождается достаточно большое количество места, которое ранее могло быть занято исключительно музыкой. Также важно отметить, что любой пользователь сервиса может в любой момент получать доступ к избранному контенту со всех своих устройств.

Все стриминговые сервисы можно условно подразделить на четыре основные группы.

К первой относятся всевозможные музыкальные поставщики. Среди них, например, Яндекс.Музыка, Deezer, Вконтакте, Spotify и т.п.

Вторая группа состоит из провайдеров, обеспечивающих пользователей потоковыми видео; наиболее ярким примером является популярный западный сервис Netflix – поставщик фильмов и сериалов на основе потокового мультимедиа. Подобные проекты существуют и в России, к ним, например, можно отнести такие интернет-сайты как Кинопоиск, ivi.ru и т.п.

Третья группа – это поставщики потоковых видеоигр, коими сегодня обычно становятся крупнейшие создатели игровых консолей («консоль» или же «приставка» – это специализированное электронное устройство, предназначенное для видеоигр).

К четвертой группе относятся поставщики ПО (программного обеспечения).

В данном исследовании будет рассмотрена первая категория – музыкальные стриминговые сервисы.



Возможность бесплатного пробного периода	Есть. 3 мес.	Есть. 30 дней	Есть. 2 мес.	Есть. 1 мес.	Есть. 3 мес.	Есть. 1 мес.	90 дней – за 1 рубль	Есть. 1 мес.
Стоимость месячной подписки (индивидуальной, без учета каких-либо категорий пользователей)	169 руб.	199 руб.	169 руб.	169 руб.	169 руб.	185 руб.	169 руб.	от 4,99\$ (SoundCloud Go+)
Доступ к другим сервисам по обычной месячной подписке	Нет	Кинопоиск HD, Такси, Кэшбэк баллами, дополнительные 10 гигабайтов для хранения файлов	Нет	Wink, кэшбэк и скидки в некоторых приложениях на заказ такси и доставку еды, дополнительные 16 гигабайтов для хранения файлов	Нет	Нет	Нет, но можно получить при оформлении другого вида подписки – на СберПрайм	Нет

Как видно из приведенной таблицы, представленные в ней стриминговые сервисы поддерживаются как на Android, iOS, так и на компьютере. Это показывает, что данные приложения рассчитаны на широкую аудиторию, использующую различные технические устройства для прослушивания музыки.

Во всех рассматриваемых сервисах присутствуют подкасты, которые сейчас крайне популярны в России, а также различные плейлисты, составляющиеся по музыкальным жанрам, тематикам, исполнителям и другим категориям. Кроме того, данные платформы имеют обширные аудиоархивы, доступ к которым может предоставляться в том числе офлайн (при покупке подписок).



Также почти все рассматриваемые в таблице сервисы имеют функцию рекомендации музыки на основании предпочтений пользователя, что облегчает поиск интересных треков для конкретных слушателей. Такая опция отсутствует лишь у СберЗвука и SoundCloud.

Стоит отметить, что тексты некоторых песен представлены на следующих сервисах: Apple Music, Яндекс.Музыка, VK Music, Spotify, Deezer и СберЗвук. В то время как YouTube Music и SoundCloud не имеют данной функции.

Важнейшим элементом для русскоязычной аудитории может послужить наличие русского языка в интерфейсе сервисов. Данным параметром обладают все представленные стриминговые платформы, кроме SoundCloud.

Музыкальные сервисы, которые мы изучаем в рамках исследования, дают пользователям возможность бесплатно опробовать их площадки. Сроки тестового периода варьируются от 1 до 3 месяцев. Стоимость подписки большинства рассматриваемых сервисов колеблется в пределах 200 рублей. Однако SoundCloud предлагает для слушателей подписку на месяц за 4,99\$ США, что составляет на сегодняшний день около 365 рублей. Получается, что данная платформа наиболее дорогостоящая, к тому же подписка на SoundCloud недоступна для оформления в России. При этом пять музыкальных стриминговых сервисов из восьми (Apple Music, VK Music, YouTube Music, Spotify и СберЗвук) предлагают подписку на месяц за 169 рублей, тогда как Deezer – за 185 рублей. Стоит отметить, что в подписку на VK Music, осуществляющуюся через VK Combo, входит доступ к другим ресурсам VK: к онлайн-кинотеатру Wink, кэшбэк и скидки в некоторых приложениях по заказу такси и доставке еды, а также дополнительные 16 гигабайтов для хранения файлов в Облаке Mail.ru.

Стоимость индивидуальной месячной подписки на Яндекс.Музыку, осуществляющейся через Яндекс.Плюс, составляет 199 рублей, но при этом пользователь получает доступ и к некоторым другим сервисам Яндекса (Кино

на Кинопоиск HD, Такси, Кэшбэк баллами, а также дополнительные 10 гигабайтов для хранения файлов).

Из всего рассмотренного выше можно сделать следующие выводы:

1. Наиболее невыгодным стриминговым сервисом для использования российскими пользователями является SoundCloud.

2. Также не слишком выгодно пользоваться платформой Deezer, так как на фоне достаточно высокой стоимости (185 руб./мес.), в нем отсутствует функция просмотра текстов песен. К тому же сервис не предлагает доступа к другим ресурсам.

3. Яндекс.Музыка и VK Music – наиболее практичные музыкальные стриминговые сервисы для российских пользователей. VK Music обладает всеми предлагаемыми в исследовании параметрами, при этом стоимость месячной подписки соответствует средней цене – 169 рублей. В пакет подписки входят различные возможности использовать и другие сервисы VK. Несмотря на большую по сравнению с другими сервисами (кроме SoundCloud) стоимость, подписка на Яндекс.Музыку – выгодный вариант для пользователя из России, так как она включает в себя и многие другие сервисы, предлагаемые компанией Яндекс;

4. Apple Music, YouTube Music, Spotify и СберЗвук имеют одинаковую стоимость месячной подписки и по многим параметрам могут конкурировать друг с другом.

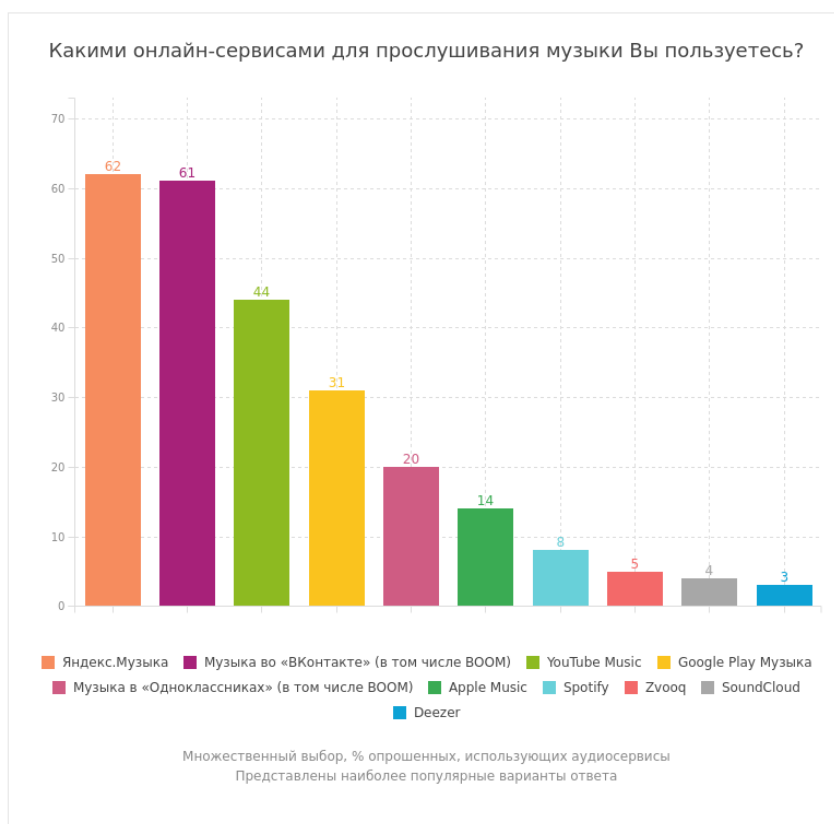
Для того чтобы узнать, какие же сервисы предпочитают сами россияне, обратимся к рейтингам.

По результатам исследования, проведенного Институтом общественного мнения в 2020 году<sup>1</sup>, выяснилось, что россияне чаще всего прослушивают музыку через Яндекс.Музыку и VK Music. Данные стриминговые сервисы имеют практически равное число слушателей:

---

<sup>1</sup> Где россияне слушают музыку? Рейтинг онлайн-сервисов – URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/08/25/audioservisy> – (Дата обращения: 24.12.2021).

Яндекс.Музыку выбрало 62% из числа опрошенных, а VK Music – 61%. Ниже приведен график.



Как отмечают исследователи Института общественного мнения, для бесплатного прослушивания музыки опрошенные чаще всего выбирают VK Music (56%), Яндекс.Музыку (52%) и YouTube Music (35%). Среди пользователей, предпочитающих платную подписку наибольшей популярностью пользуется сервис Яндекс.Музыка (40%). Подписку на VK Music оформляют реже (26%).

Опираясь на анализ составленной нами таблицы по музыкальным стриминговым сервисам и на результаты опроса, проведенного Институтом общественного мнения, можно сделать вывод о том, что Яндекс.Музыка и VK Music – наиболее выгодные и предпочтительные варианты для прослушивания

музыки российскими пользователями. Для оформления же платной подписки россияне чаще выбирают Яндекс.Музыку.

### **Заключение**

Проведенное нами исследование доказало, что наиболее предпочтительными вариантами для прослушивания музыки российскими пользователями являются музыкальные стриминговые сервисы Яндекс.Музыка и VK Music. Это 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 и приятные бонусы в виде скидок и кэшбэка. При этом, по результатам опроса, 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 входят многие другие сервисы, предлагаемые авторитетной компанией Яндекс. В итоге оформление такой подписки становится более выгодным решением для пользователя.

## Библиография

1. Соколова Е.С. Продвижение артистов музыкальной индустрии: тренды отрасли и современные PR-технологии. Спб., 2016. – URL: [https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/4180/1/VKR\\_Ekaterina\\_Sokolova\\_Prodvi\\_zhenie\\_artistov\\_muzykalnoj\\_industrii.pdf](https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/4180/1/VKR_Ekaterina_Sokolova_Prodvi_zhenie_artistov_muzykalnoj_industrii.pdf) – (Дата обращения: 24.12.2021).
2. Что такое стриминговые сервисы? 2013. – URL: <http://qriosity.ru/streaming-services.1.html> – (Дата обращения: 24.12.2021).
3. Где россияне слушают музыку? Рейтинг онлайн-сервисов – URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/08/25/audioservisy> – (Дата обращения: 24.12.2021).
4. Подписка на Яндекс.Музыку – URL: <https://music.yandex.ru/pay> – (Дата обращения: 24.12.2021).
5. Подписка на Apple Music – URL: <https://www.apple.com/ru/apple-music/> – (Дата обращения: 24.12.2021).
6. Подписка на YouTube Music – URL: [https://music.youtube.com/music\\_premium](https://music.youtube.com/music_premium) – (Дата обращения: 24.12.2021).
7. Подписка на VK Music – URL: <https://vk.com/@vkmusic-subscription> – (Дата обращения: 24.12.2021).
8. Подписка на Spotify – URL: <https://www.spotify.com/ru-ru/premium/> – (Дата обращения: 24.12.2021).
9. Подписка на Deezer – URL: <https://www.deezer.com/ru/offers/premium> – (Дата обращения: 24.12.2021).
10. Подписка на СберЗвук – URL: <https://sber-zvuk.com/3-month-trial> – (Дата обращения: 24.12.2021).
11. Подписка на SoundCloud – URL: <https://help.soundcloud.com/hc/en-us/articles/360051072534-What-type-of-subscription-is-for-me> – (Дата обращения: 24.12.2021).
12. Черноусов И. Почему так популярны онлайн-подписки / И.Черноусов // Российская газета. – 2020. – № 223(8277) – URL:

<https://rg.ru/2020/10/04/pochemu-vyroslo-populiarnost-razlichnyh-onlajn-podpisok.html> - (Дата обращения: 24.12.2021).