

# СТРИМИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ - КОНКУРЕНТ ИЛИ ПАРТНЁР?

**Почему реклама на стриминговых площадках как никогда актуальна? Как трек Эминема попал в топ-чарты спустя 16 лет после релиза? И почему в России лейблы проиграли дистрибьюторам?**

**Об этом и многом другом в этой статье.**

Окунёмся во времена, когда никто не слышал, ни о стриминговых платформах, ни о массовом интернете, и музыка «работала» по-другому. Физические носители, такие как пластинки, кассеты, cd-диски, были как никогда популярны, и большая часть дохода музыкальной индустрии поступала именно от них.

В то время, чтобы пробиться и стать популярным артистом, преимущественно нужно было заручиться поддержкой лейбла<sup>1</sup>. Артист обращался за услугами: получал рекламу, финансирование, а опытные сонграйтеры придавали песням звучание, которое делало из них хиты. Взамен артист отдавал лейблу часть своей прибыли и, что немаловажно, авторские права на свои работы.

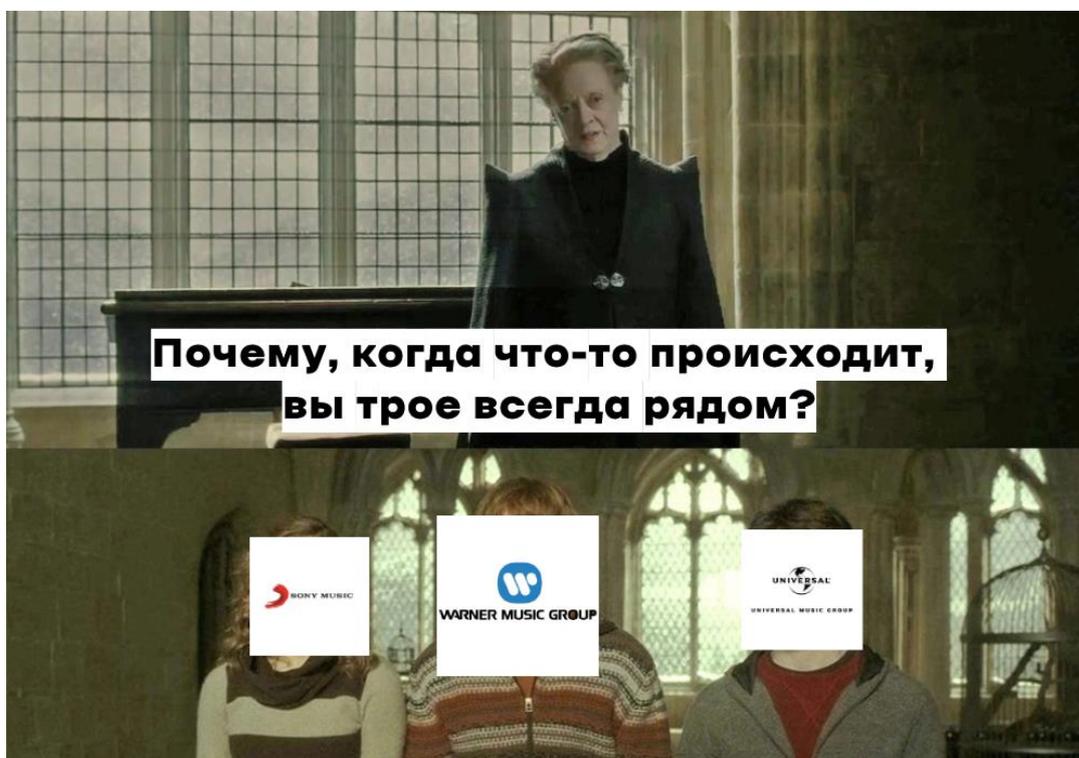
Успех лейбла определялся и определяется до сих пор успехом его артистов. Ни для кого не секрет, что многие известные нам хиты были написаны не самими исполнителями, а как раз-таки людьми, профессионально умеющими это делать – сонграйтерами.

---

<sup>1</sup> Лейбл – звукозаписывающая компания, которая отвечает за производство, распространение и продвижение музыки.

Тейлор Свифт - Blank Space, Ариана Гранде - Into You, The Weeknd - Blinding Lights, Bon Jovi - It's My Life, Apocalyptica - I Don't Care (feat. Adam Gonwtier), Ellie Goulding - Love Me Like You Do - это те немногие треки, которые появились благодаря соавторству артистов с самым значимым сонграйтером<sup>2</sup> современности – Максом Мартином. Его вклад в поп-музыку сложно недооценить. Вы можете ознакомиться с другими песнями, руку к которым он приложил, в этом [плейлисте](#). Это пример того, как обратившись в успешный лейбл и заручившись его поддержкой, артисты смогли попасть в топ-чарты.

И дальнейший разговор о лейблах невозможен без упоминания трёх столпов, на которых держится большая часть музыкального рынка - Universal Music Group, Sony Music Entertainment и Warner Music Group.



---

<sup>2</sup> Сонграйтер (sonwriter) – человек, который занимается либо редактированием уже имеющегося музыкального материала, либо созданием нового.

Начало 20 века. На рынке звукозаписи происходит переворот - массовая доступность граммофонов, что позволяет каждому желающему приобрести ту или иную композицию и прослушивать её в любое время. Это отправная точка для появления звукозаписывающих лейблов. С конца 80-х в течение десятилетия на музыкальном рынке происходят слияния крупных лейблов, и к концу 90-х на рынке начинает лидировать "большая четвёрка": Universal Music, Sony Music, EMI (Electric & Music Industries), Warner Music.

В 2012 году EMI объявила о своём банкротстве. EMI Group была продана Universal Music Group, а EMI Music Publishing была приобретена Sony Music Entertainment. "Большая четвёрка" стала "большой тройкой".<sup>3</sup>

## **UNIVERSAL MUSIC GROUP**

Universal Music Group - американско-французская медиакорпорация и лидер "большой тройки", принадлежит французскому медиаконгломерату Vivendi SA. Мировой лидер музыкального рынка, имеющий представительства в 60-ти странах и лицензионные соглашения с более чем 400-ми платформами.

Из истории:

В 1924 году была основана MCA (Music Corporation of America). Буквально через 5 лет после основания MCA становится самым крупным агентством в мире и включает в себя более 700 клиентов: актеров, звёзд радио, исполнителей, режиссёров и продюсеров.

---

<sup>3</sup> Большая тройка – крупнейшие в мире звукозаписывающие компании: Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group.

Спустя 10 лет в США открывается филиал другой причастной к Universal компании - Деcca. Компания быстро становится популярной благодаря своему списку исполнителей и низкой цене за музыкальную запись.

В 1962 году происходит слияние MCA и Деcca, а спустя более, чем 30 лет, в 1995, компания Seagram приобретает MCA, и в 1996 году меняет название MCA на Universal Studios, а музыкальное подразделение получает название Universal Music Group.

По статистике на 20-й год. UMG Владеет 32% мирового рынка звукозаписи и 21% мирового рынка дистрибуции<sup>4</sup>.

*Вот лишь небольшой список исполнителей этого лейбла:*

- Эми Уайнхаус
- Guns N' Roses
- Джеймс Блант
- Джонни Кэш
- Канье Уэст
- Maroon 5
- Рианна
- U2
- BTS
- Тейлор Свифт
- Rammstein
- Леди Гага
- Билли Айлиш
- Metallica
- Jay-Z
- Coldplay

## **SONY MUSIC ENTERTAINMENT**

Sony Music Entertainment - американская звукозаписывающая компания, находящаяся на втором месте по уровню влияния в "большой тройке". Крупнейший мировой дистрибьютор музыкального контента с офисами в 40 странах.

---

<sup>4</sup> Дистрибуция – размещение музыки на цифровых площадках

История Sony Music начинается в 1929 году с основания American Record Corporation (ARC). Во время Великой Депрессии<sup>5</sup> ARC покупала небольшие компании, чтобы иметь доступ к их музыкальному каталогу.

В 1938 году ARC была приобретена компанией Columbia Broadcasting System (CBS). В 1968 году в Sony решают создать свою звукозаписывающую студию. В результате CBS и Sony формируют CBS/Sony Records, а в 1987 году Sony Corporation of America (SCA) после приобрела CBS Records, у которой были подписаны договоры с такими исполнителями, как Майкл Джексон.

19 октября 1987 - дата, известная как "чёрный понедельник", когда рухнули фондовые биржи, стала для Sony едва ли не самой удачной. От начальной ставки в \$1,25 млрд Sony поднялась до выплаты в \$2 млрд меньше чем за месяц, и 17 ноября сделка состоялась.

В 2012 году Sony/ATV Music Publishing приобрела EMI Music Publishing и стала самым крупным в мире музыкальным издательством.

На момент 20-го года компания владеет 20% мирового рынка звукозаписи и 25% мирового рынка дистрибуции.

*Топ исполнителей, чьими правами владеет SME:*

- Aerosmith • Бейонсе • Элвис Пресли • Майкл Джексон
- AC/DC • Deep Purple • Селин Дион • Дженнифер Лопез
- Boney M • Depeche Mode • Уитни Хьюстон

---

<sup>5</sup> Великая Депрессия – мировой экономический кризис, начавшийся 24 октября 1929 года и продолжавшийся до 1939 года

## WARNER MUSIC GROUP

Warner Music Group – третья крупнейшая компания музыкального мира. Около половины всей выручки компания получает вне США. WMG владеет 29 из 100 самых продаваемых в США альбомов всех времён, и правами на более 1млн записей 65000 артистов.

Историю Warner Music Group принято отсчитывать с 1810 года, когда в Лондоне открылась компания Chappell & Co.

В конце 19 века – начале 20 века начинает активно развиваться киноиндустрия, а братья Уорнер основывают одноименную компанию. Warner Bros сразу стала первооткрывателем в мире звукового кино. До 1958 года компания Warner Bros Pictures не имела собственной звукозаписывающей студии, и один из актеров, с которым у Warner Bros Pictures был подписан контракт, записал хит у конкурентов. Подобные потери могли повториться и в будущем, поэтому компании ничего не оставалось, кроме как создать собственный лейбл.

В дальнейшем компания быстро развивалась, и в 1987 году происходит слияние Warner Communications с Chappell & Co. Компания приобрела имя Warner / Chappell и стала крупнейшей издательской фирмой на тот момент.

К 2020-му году компания владеет 16% мирового рынка звукозаписи и 12% мирового рынка дистрибуции.

*Некоторые исполнители лейбла:*

- Дэвид Гетта • Фил Коллинз • The Rolling Stones • Эд Ширан
- Muse • Green Day • Linkin Park • Red Hot Chilli Peppers • Шер

## **НАЧАЛО ПРОБЛЕМ**

Нулевые были ознаменованы ускоренным развитием интернета. Появилась возможность онлайн-размещения музыки. И «эра» физических носителей начала идти на спад. Но за этим последовали негативные последствия.

## **ПИРАТСТВО<sup>6</sup>**

Эра физических носителей, так или иначе, должна была закончиться с приходом массового интернета, но за этим последовало пиратство, что стало ахилесовой пятой всей музыкальной индустрии.

С появлением файлообменников<sup>7</sup> музыкальная индустрия начала терпеть огромные убытки: в 2007 году доходы Universal Music и Sony Music упали на 11,7% и 27,7% соответственно.

А в 2013 году японская компания SoftBank хотела купить медиахолдинг Universal Music Group за \$8,5 млрд, но его владелец, конгломерат Vivendi, отказался.

Количество продаж музыки от пластинок, cd-дисков падают, крупные компании теряют прибыль, Universal Music хочет купить другая компания, а в журнале Academy of Information and Management Sciences Journal, выходит статья о ежегодно теряемых \$12,5 миллиардов долларов из-за музыкального пиратства. Из-за этого индустрия была вынуждена сократить штат сотрудников.

---

<sup>6</sup> Музыкальное пиратство – копирование и распространение муз. произведений без авторских прав.

<sup>7</sup> Файлообменник – сервис, предоставляющий пользователю место для хранения и обмена своих личных файлов.

Но музыкальный рынок нашёл выход из этой трудной ситуации.

## **SPOTIFY**

Снова возвращаемся в прошлое.

Конец девяностых и начало нулевых — время, когда музыка стала «перетекать» в онлайн-формат. Поспособствовал этому сам Стив Джобс со своим iTunes — если раньше раздобыть в сети подборку любых произведений было делом сложным, то теперь можно было покупать отдельные треки из альбомов.

Итог не очень приятный — такое положение вещей позволило аудио-пиратам действовать быстро. Они распространяли музыку, не имея на то права, но получая колоссальный доход от интернет-рекламы, размещенной на пиратских страничках. Кончилось все тем, что уже к 2004 доходы артистов по всему миру резко упали — под угрозой оказалась целая индустрия.

Об этом мы уже говорили.

И именно об этом разговаривали во время прогулки в середине 2005 Даниэль Эк и Мартин Лорентсон, будущие основатели Spotify. Они высказались о том, что современный рынок не может дать им ничего доступного в финансовом плане, позволяющего слушать любимую музыку 24/7. В этот момент и родилась идея создать сервис, на котором будет можно как бы брать музыку в аренду, а не покупать.

В 2006 году был зарегистрирован домен Spotify.com, сразу же начались переговоры со звукозаписывающими студиями WMG, UMG и EMI Music. Позднее и SME войдёт в этот список.

Задумка сразу была представлена обществу, как спасение от аудио-пиратства с предоставлением возможности прослушивать любимую музыку без особых ограничений. Кроме того, Эк и Лоренстон на тот момент уже показали себя талантливыми бизнесменами, а Швеция, породившая стартап, пользовалась безукоризненной репутацией по всему миру — в том числе, в сфере информационных технологий.

Если большая часть правообладателей сразу приняла предложение о сотрудничестве, то отдельные студии отнеслись к идее со скепсисом. Они полагали, что переиграть iTunes шведы все равно не смогут — следовательно, доверять свои авторские права на музыку не спешили.

До февраля 2007 года активно велась работа в Стокгольме — разрабатывались новые фишки будущего гиганта, проводились многочисленные тесты. Потом партнеры решили перевести офис в Лондон, оставив в Швеции только филиал, посвященный научным исследованиям:

- музыкальных предпочтений людей в зависимости от дня недели и времени суток;
- способов быстрой передачи качественного звука;
- максимально легкого управления приложением;
- функций, которые будут полезны потребителям (и которые пока отсутствовали у iTunes)

Апрель 2007 года стал первым «рабочим» месяцем площадки. Эк и Лоренстон в партнерстве со STIM<sup>8</sup>, давшей право на использование некоторых треков, открыли бета-тестирование проекта.

---

<sup>8</sup> STIM – Шведское международное общество композиторов.

Всем желающим доступ не предоставили по понятным причинам — проверяли сервис на баги, недоработки, которые могли бы испортить репутацию проекта еще до его официального выхода в жизнь. Возможность опробовать прелести нового стриминга получили только музыкальные блогеры, лейблы и друзья Даниэля и Мартина.

К 2010 году тяжелое дыхание «Спотифай» ощутил на себе Стив Джобс. Он четко осознал, что если не принять меры, то в скором времени iTunes потеряет популярность среди пользователей, прибыли упадут, и Apple в принципе лишится доли авторитета.

Последний пункт вполне обоснован — Spotify заключила соглашение с Samsung. О чем именно, история умалчивает, но определенно это было связано с дальнейшим распространением сервиса, а также с привлечением на платформу новых партнеров — лейблов, самих исполнителей и, разумеется, пользователей, готовых платить деньги.

Помешать развитию стриминга в Европе Джобс не мог, однако потратил немало денег и времени на «блокировку» выхода «Спотифай» на американский рынок. Тем не менее, усилия главы Apple оказались напрасными — помешать проекту Эка и Лоренстона уже никто не мог. Да и здоровье Стива уже оставляло желать лучшего — борьба с раком кого угодно выбьет из колеи. Поняв, что конец близок, он сдался, что дало Spotify действительно «крутые» перспективы в индустрии.

Эк и Лорентсон дорого заплатили за возможность выхода на самый крупный рынок мира в США (20% выручки уходило в пользу «большой тройки», \$500 млн в год за лицензии треков, плюс деньги на оптимизацию приложения).

Люди в Северной Америке дисциплинированные: пиратские треки не очень жалуют, деньги у них есть — и они готовы тратить их за возможность слушать качественную музыку без надоевшей рекламы и прочих ограничений.

Ныне компания преодолела практически все противоречия как с исполнителями, так и с лейблами — распространилась почти на 200 стран мира, а ее активы оцениваются в \$34 млрд. Несмотря на то, что в 2016 Лорентсон уступил официальный пост генерального директора Эку, стратегия развития не изменилась — стриминговый сервис продолжает улучшать сервис, а число пользователей только растет.

Стриминговые платформы – то, что должно было появиться, чтобы спасти музыкальный рынок. Spotify - был первым, но что насчёт других? Как обстоит ситуация в других странах? И что стриминговые платформы представляют из себя сейчас?

## **СИТУАЦИЯ В СНГ**

В России большая часть лейблов появилась в начале нулевых. И история, в принципе, тут похожа. Gazgolder (\*Баста, Matrang), Black Star (\*Клава Кока), Первое Музыкальное (\*Ленинград) и др. лейблы также до некоторого момента чувствовали себя хорошо. Помимо отечественных лейблов, на территории СНГ так же есть филиалы уже знакомой нам «большой тройки».

Они, так же как и все в мире, столкнулись с пиратским кризисом. И это привело к созданию влиятельного стриминга.

Российский офисы звукозаписывающих компаний, включая Universal Music и Sony Music, ещё в 2009 создали альянс для борьбы с пиратством. Также в него вошли продавцы музыки, "Первое музыкальное издательство" и Российское авторское общество. Одна из целей альянса - борьба с пиратской музыкой в интернете.

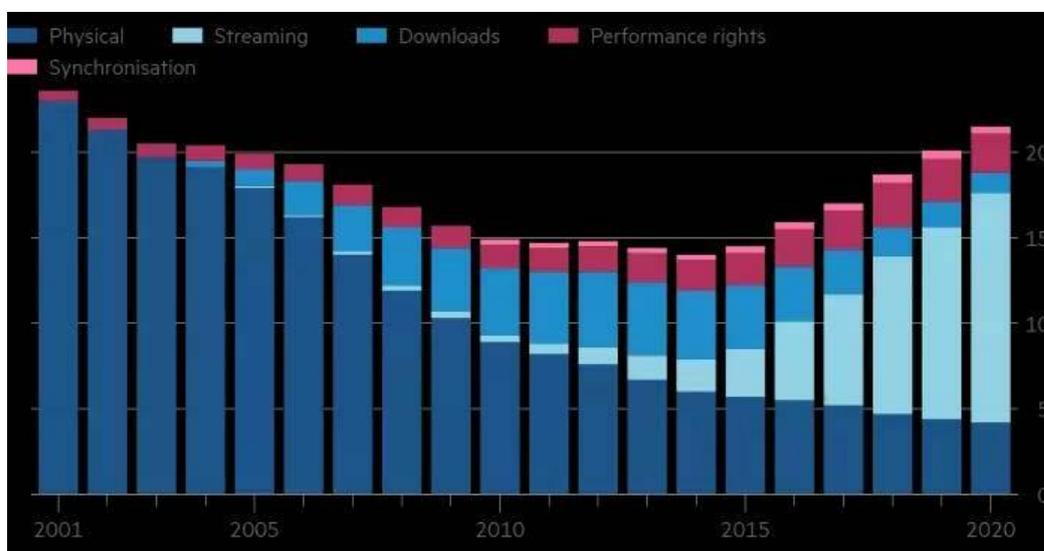
По данным Международной федерации звукозаписывающей индустрии (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI), в 2008 году из Сети было нелегально скачано почти 40 миллиардов композиций. При этом легально за этот же период было приобретено лишь 1,4 миллиарда треков.

Альянс стремился продвигать в Сети легальный контент. Для этого хотели создать сервисы для прослушивания музыки в онлайн без возможности скачивания.

Привело это всё к созданию сервиса Яндекс.Музыка в 2010.

## ПРОБЛЕМЫ КОНЧИЛИСЬ

Стриминговые платформы действительно помогли решить проблему пиратства. Началась новая эпоха.



После 2010-го стриминговые платформы начали забирать себе всё больше процента от мирового рынка.

Музыкальные сервисы облегчили жизнь всем сторонам: слушателям, исполнителям и тем кто за ними стоит.

Слушателям предоставили удобный интерфейс, рекомендации, личные подборки, огромную базу треков и возможность купить всю музыку разом, всего лишь оплатив ежемесячную подписку, а исполнители и лейблы продолжили получать свои заслуженные проценты.

Стриминговые сервисы обладают широким спектром инструментов продвижения:

1) рекомендательные сервисы («Моя волна» на Яндекс.Музыке, «Моя станция» на Apple Music);

2) тематические плейлисты и витрина (сюда выкладывают релизы, которые представляются имиджево важными или коммерчески интересными, все такие плейлисты составляются вручную музыкальными редакторами платформы);

3) pre-save<sup>9</sup> (позволяет представить работу публике ещё до её релиза)

4) инструменты для независимых артистов (загрузить свою фотографию в профиль и следить за статистикой прослушиваний треков в Apple / оформить профиль, добавить биографию, расписание концертов и даже подать заявку на размещение трека в редакционных плейлистах в Spotify);

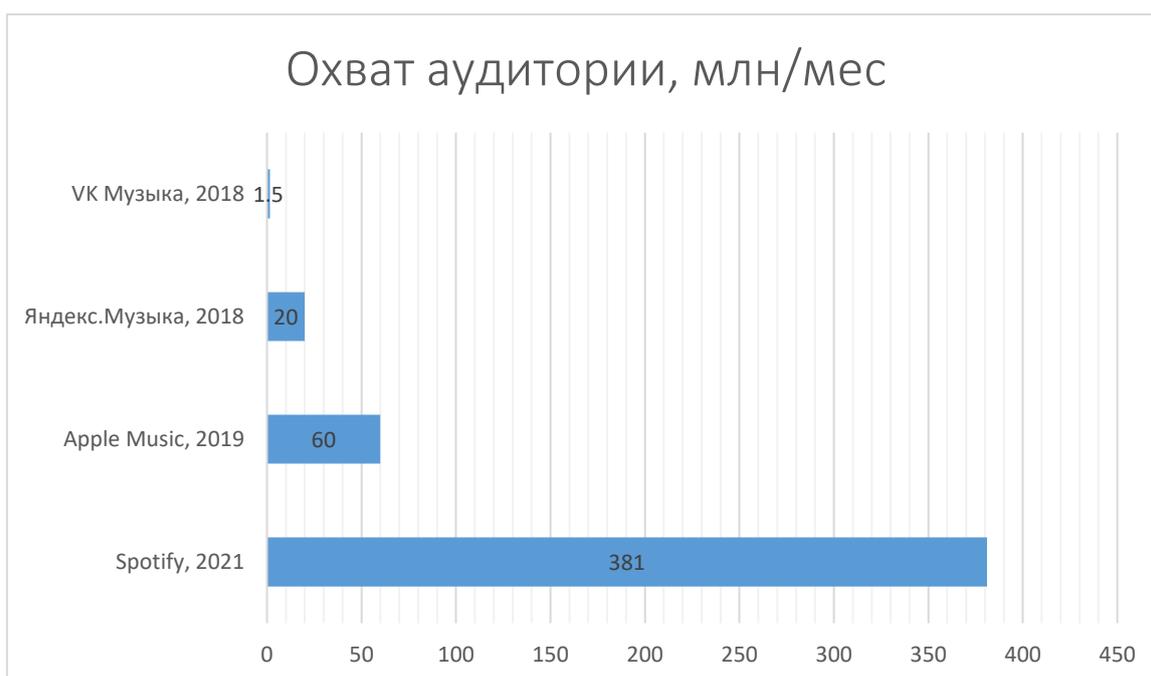
---

<sup>9</sup> Pre-save – предзаказ.

5) смарт-линки (сервис со ссылками на все платформы позволяет пользователю моментально выбрать наиболее удобную площадку для прослушивания; артист же может использовать данные для таргетированной рекламы и для аналитики; сервис дает статистику по кликам как на ссылку, так и на отдельные треки);

## ОСНОВНЫЕ СЕРВИСЫ

Если выделить основные сервисы мирового и отечественного рынка, то это будут Spotify, Apple Music, Яндекс.Музыка и VK Музыка.



Год напротив сервиса на графике – момент, когда платформы закрыли свою статистику по охвату аудитории.

Но можно говорить с уверенностью о том, что стриминги продолжают набирать себе аудиторию и всё больше влиять на мировой рынок музыки.

## ДА ЗДРАВСТВУЮТ ПРОБЛЕМЫ

Казалось бы, исполнители нашли удобный сервис для рекламы и продвижения своего творчества, пользователям предложили сервисы для прослушивания музыки, которые требуют минимум затрат для получения максимального качества. Но от этого в последствие начали страдать лейблы.

Во всём мире ситуация одинаковая, в пример приведём Россию. Крупные лейблы - лейблы "большой тройки" - мало кто может пошатнуть, но вот локальные лейблы вроде Gazgolder, BlackStar вряд ли выстоят против стриминговых гигантов, поэтому в России лейблы ушли на второй план и стало появляться всё больше независимых артистов, которые начали работать напрямую с дистрибьюторами.

Если открыть чарт Яндекс.Музыки, то мы увидим, что большая часть артистов там - это независимые музыканты, которые выступают под собственным лейблом и не продали права на свои треки ни одной из других компаний.

Можно долго вести споры по поводу того, хорошо ли, что лейблы в России ушли на задний план, или нет, но факт остаётся фактом - стриминговые сервисы взяли верх и ещё долго будут занимать эти позиции.

В любом случае мейджор-лейблы никуда не уйдут, ведь все эти компании подписали долгосрочные договоры с Яндекс.Музыкой и VK Музыкой, для представления другу другу своей базы треков.

## ТИКТОК

Единственное, что выбивается из всей этой ситуации, это ситуация с TikTok, который не позиционирует себя как стриминговая платформа для прослушивания музыки. Но на деле эта платформа напрямую зависит от этой самой музыки.

TikTok привлек более 1 миллиарда пользователей с помощью видео, настроенных на музыку. Теперь крупнейшие мировые звукозаписывающие лейблы хотят, чтобы приложение для социальных сетей платило больше за эти песни.

«Большая тройка» просит TikTok поделиться доходами от рекламы и увеличить гонорары, которые он выплачивает им за права. Компании вели переговоры весь год и пытаются достичь соглашения до истечения срока действия их контрактов в ближайшие месяцы.

Лейблы взвешивают, как наилучшим образом увеличить свои выплаты от TikTok, не вступая в публичный спор с одним из своих самых важных партнеров. TikTok позиционирует себя как рекламный инструмент, за который не нужно платить так же, как за Spotify или YouTube. Компания утверждает, что это дополнение к прослушиванию музыки, а не ее замена.

“Мы стремимся создавать ценность для правообладателей, авторов песен и артистов, когда используется их музыка, и гордимся заключенными нами сделками и растущим потоком доходов, который мы принесли индустрии за несколько коротких лет”, - сказал Оле Оберманн, глобальный руководитель музыкального отдела TikTok. Ранее Оберманн работал главным специалистом по цифровым технологиям в Warner Music.

Музыкальные компании впервые заключили договор с TikTok, когда это было маленькое приложение. Но сейчас большинство песен, возглавляющих чарты, обязаны своей популярностью на TikTok. Он привлекает пользователей на такие платформы, как Spotify, которые платят индустрии в зависимости от количества воспроизведений.

TikTok поглощает продажи рекламы у таких конкурентов, как YouTube, так что с точки зрения звукозаписывающих компаний, время выбрано правильно. Многие руководители считают, что TikTok должен делиться доходами от рекламы, а его владелец ByteDance Ltd. должен создать платный музыкальный сервис, работающий по всему миру.

(ByteDance уже создала платный музыкальный сервис Resso в 2019 году и представила его на трех рынках: Индонезии, Бразилии и Индии. ByteDance уже больше года добивается прав на расширение Resso примерно на дюжину новых территорий. Но сервис всё никак не приживается. Позже Пекинская компания ByteDance зарегистрировала торговую марку для TikTok Music и обсудила ребрендинг Resso под этим названием. Но пока сервис всё ещё в работе над собой)

Музыкальные компании сохраняют оптимизм в отношении того, что они смогут убедить ByteDance заплатить, и ищут способы углубить свои отношения с компанией. Так, Universal сотрудничала с TikTok в рамках программы по объединению начинающих талантов с известными авторами песен, такими как Макс Мартин.

Несмотря на всё, такие ситуации случаются между стримингами, лейблами и артистами, но никто не хочет никого задеть: все участники этой "цепи" взаимосвязаны друг с другом, и все получают от взаимных договорённостей свою выгоду. Поэтому, скорее всего, ситуация решится с помощью соглашения, которое устроит обе стороны

## **СТАРЫЕ ПЕСНИ**

Ситуация, описанная выше, в основном относится к новым, вирусным, трендовым трекам. Но лейблы получают немалый процент от уже вышедших песен. Но их реклама – не первоочерёдная задача. Основной упор делается на новую музыку.

И всё же старые песни могут очень сильно влиять на основной заработок лейблов, артистов и стриминговых платформ.

Помимо использования музыки в кино и тв-шоу, так называемой синхронизации, сейчас основной рекламной машиной являются соц. сети.

Недавний пример:

16-я строчка топ-чарта Будапешта, 8-я строчка топ-чарта Берлина, 7-я строчка Алматы, 6-я - Цюрих, 5-я - Варшава: песня Эминема *Mockingbird*, выпущенная 16 лет назад, неожиданно попала в топ-чарты Spotify и Apple Music в Европе и СНГ. Всё это благодаря тренду, запущенному в этом месяце в TikTok, который вдохнул в трек вторую жизнь и заставил вспомнить от этой песне миллионы людей.

И это далеко не первый раз, когда о треке, релиз которого был много лет назад, вспоминали с помощью TikTok: Let's Groove группы Earth, Wind & Fire, Circus Бритни Спирс, Just The Two Of Us Гровера Вашингтона и ещё десятки, а может и сотни таких примеров.

## **ЧТО ЕЩЁ**

Мы выяснили, что на сегодняшний день стриминговые платформы являются основным источником рекламы лейблов и независимых артистов. И если и идти к верхним строчкам чартов, то надо идти по этому пути.

Но всегда остаётся вариант делать рекламу самому. Завести блог, раскрутить его и ни зависеть ни от кого.

Есть много примеров, когда артист стал популярен через соц.сети, но вот когда лейбл заводит свой аккаунт – это уже интересно.

Композитор, мультиинструменталист, который владеет собственным лейблом, продюсирует многих артистов, дружит со многими исполнителями и просто безумно талантливый человек - Рик Беато больше всего известен своим каналом на YouTube. Он насчитывает 4 млн подписчиков и является основным инструментом продвижения его самого, его артистов и его лейбла. Это как раз-таки тот случай, когда основатель лейбла, артист и продюсер рекламирует сам себя через свой блог, что сейчас безумно актуально.

## **ИТОГ**

На данный момент стриминговые сервисы всё ещё удерживают лидирующие позиции в области продвижения артистов, и с каждым днём поглощают всё большее пространство музыкального рынка. Независимые лейблы продолжают набирать обороты. Лейблы «большой тройки» так и остаются «недвижимыми». Ситуация с пиратством перестала быть настолько актуальной, а споры и разногласия между лейблами, артистами и стриминговыми площадками не заходят далеко, ведь все зависимы от всех.

Мировой рынок музыки устаканился.

А истории со стриминговыми платформами, которые навсегда изменили мир музыки популяризируются всё чаще.

13 Октября 2022 года на Netflix вышел сериал «Против гигантов» («The Playlist») об истории появления шведского стриминга Spotify.

## ИСТОЧНИКИ:

1. <https://www.universalmusic.com/>
2. <https://www.sonymusic.com/>
3. <https://www.wmg.com/>
4. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-11-08/record-labels-ask-tiktok-to-share-more-of-its-12-billion?leadSource=uverify%20wall>
5. <https://lindeal.com/business/spotify-istoriya-sozdaniya-i-uspekha-spotifaj>
6. <https://vc.ru/flood/13569-music-labels>
7. <https://vc.ru/finance/297058-nepodrazhaemyy-pesennyy-katalog-kak-striming-pomog-universal-music-group-vyrasti-v-shest-raz-za-vosem-let>
8. [https://i-m-i.ru/post/lables\\_distribution](https://i-m-i.ru/post/lables_distribution)
9. <https://micky.com.au/tiktok-and-sony-music-have-reached-a-licensing-deal/>