

Аудіострімінг як тренд розвитку аудіовізуальних технологій та його вплив на сучасну музичну індустрію

Ігор Печеранський

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Метою статті є аналіз особливостей та впливу аудіострімінгу як тренду розвитку аудіовізуальних технологій на музичну індустрію в XXI ст. Результати дослідження. Виявлено, що популярність й активне використання аудіострімінгу пов'язана з явищем, яке сучасні дослідники називають епохою стрімінгу (The Age of Streaming) і яке прийшло на зміну offline- та online-мовленню, супроводжується формуванням уявлень про музику як про ефір і потік, спричинило «другу цифрову музичну революцію». Наголошено на функціональних і технологічних перевагах музичних стрімінгових сервісах, серед яких інтраперсональний діалог, інтернаціональний склад аудиторії, поліфункціональність і мультиформатність, гнучкість і мобільність проєктів, відмова від усного формату спілкування на користь письмового, індивідуальні опції для слухачів та ін. Доведено, що завдяки цим перевагам вони збільшують можливості для основних гравців музичної індустрії та змінюють музичну культуру в XXI ст. *Наукова новизна* полягає у виокремленні та розгляді аудіострімінгу як тренду та передової аудіовізуальної технології, що змінює музичну індустрію на сучасному етапі. *Висновки.* На початку нового століття аудіовізуальні технології продовжують динамічно розвиватися, особливо в сегменті стрімінгового сервісу, що підтверджується популярністю такого трендового механізму, як аудіострімінг, завдяки якому відбувається «дематеріалізація» музичного продукту та перетворення його на сервіс і потік. Діджиталізація та принципи стрімінгового користування витісняють ієрархічну архітектоніку соціуму, фундують «культуру мережевого суспільства» та трансформують музичну індустрію, змінюючи суть і характер споживання контенту. Аудиторія, тобто споживачі, разом з виконавцями стають співтворцями музичних смаків та індустрії за допомогою мобільних девайсів і численних музичних стрімінгових сервісів — Spotify, Sound Cloud, Google Play Music, Daytrotter.com, Us.napster.com (Rhapsody), Apple Music, Deezer, Pandora та ін.

Ключові слова: аудіострімінг; епоха стрімінгу; аудіовізуальні технології; музична індустрія; музичні стрімінгові сервіси; Sound Cloud; Spotify

Для цитування

Печеранський, І. (2023). Аудіострімінг як тренд розвитку аудіовізуальних технологій та його вплив на сучасну музичну індустрію. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 48, 26–32. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.48.2023.282435>

Вступ

Дефініцію «аудіострімінг», з якою можна ознайомитися на сайті «Techopedia», визначено таким чином: «...це практика передачі аудіо в реальному часі через мережеве з'єднання. Названий тип передачі даних вимагає певних протоколів для обробки хронології пакетів даних або інших типів передачі, щоб забезпечити користувача контентом на вимогу» (Rouse, 2014). Далі автори цієї статті вказують, що аудіострімінг, або потокове аудіо,

безперервно використовує систему буферизації та безпечну платформу потоку даних для прослуховування повних аудіофайлів. Значна частина стрімінгової передачі здійснюється за допомогою складних мобільних девайсів, створених для обробки великої кількості поточкових даних разом із голосовим зв'язком тощо, з використанням високотехнологічних регіональних мережевих систем для підтримки використання даних. Оснащені ультрасучасними мікропроцесорами та новими операційними системами, ці мобільні пристрої є пе-

редовим інженерним інструментом забезпечення якісного стрімінгового аудіовізуального контенту, тоді як їхня популярність і поширення змінюють музичну індустрію та культуру у XXI ст.

Подібний коментар може здатися занадто складним для сприйняття, проте зміст та основні ідеї видаються цілком логічними й закономірними, якщо взяти до уваги такі особливості сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, як гнучкість процесу поширення, здатність перебудовуватися завдяки зворотному зв'язку та цифровим технологіям, а ще самовдосконалення комунікації з позиції обсягу, швидкості й складності (Castells, 2005, р. 9). Особливості «культури мережевого суспільства», описані М. Кастельсом, пов'язані з «економікою стрімінгу» (Leight, 2017) та важливою тенденцією в музичній та медіаіндустрії, коли слухачі не купують музичний контент, а сплачують за доступ до нього, інакше кажучи, сам продукт як фізичний носій поступається місцем сервісу (Wikström, 2013, pp. 6–7). На прикладі каршерингу, побачень через Tinder чи передплат Netflix бачимо, як принципи стрімінгового користування та діджиталізація поступово витісняють ієрархічну архітектоніку соціуму, на зміну якій приходить мережева, що охоплює практично всі сфери та рівні суспільного життя в XXI ст., зокрема музичну культуру, де ці тенденції проявилися найяскравіше.

Аналіз попередніх досліджень. Аудіострімінг і пов'язані з ним музичні сервіси останнім часом нерідко стають предметом публіцистичних й аналітичних оглядів, а також ґрунтовних наукових розвідок. В інтернеті можна знайти численні публікації на подібну тематику, зокрема, «Стрімінгові сервіси — це майбутнє музичної індустрії. Але вони залишають музикантів позаду», «Як стрімінгові сервіси змінили музичну індустрію», «Дебати про музичний стрімінг: що кажуть артисти, автори пісень та інсайтери галузі», «7 способів, як стрімінг змінив музичну індустрію», «Стрімінг музики та його вплив на композиторів і авторів пісень» та багато подібних статей, пік яких на зарубіжних сайтах в основному припадає на 2019–2022 рр.

Окремо в західному академічному дискурсі з останнього варто зауважити такі публікації, присвячені вказаній тематиці: А. Коффі (Coffey, 2016) про вплив музичних стрімінгових сервісів, таких як Spotify, Tidal і Apple Music, на споживачів, артистів і саму музичну індустрію; Дж. Кісс (Kiss, 2018) про те, як запровадження стрімінгу змінило фінансові фокуси музичної індустрії; Е. Батлер (Butler, 2019) про конструктивні аспекти та позитивні наслідки від використання стрімінгу для музичної індустрії; У. Лабарка Хаджіс (Hadjis

Labarca, 2021) про наслідки аудіо- та музичного стрімінгу в динаміці влади, споживання й творення; Ц. Чжан (Zhang, 2022), який намагається пов'язати «виживання» стрімінгових платформ з музичною індустрією та ін.

В Україні інтерес з боку науковців до стрімінгових, зокрема й музичних платформ і сервісів, значно нижчий, порівнюючи з західними колегами. Проте такі роботи поступово з'являються, і в цьому контексті слід відзначити дослідження О. Сусської (2018) про теоретико-методологічні аспекти осмислення функціоналу стрімінг-технологій у сучасних мас-медіа; І. Печеранського та Ю. Шевчук (2022), які аналізують «платформінг» як інструмент трансформації організаційної ідентичності аудіовізуальної індустрії, а також пов'язані з ним перспективи й ризики на сучасному етапі; М. Поплавського та Ю. Трач (2022) про сучасні тенденції та перспективи цифровізації музичної індустрії. Маємо надію, що в подальшому дослідницький інтерес українських учених до цієї проблематики буде зростати.

Мета статті — проаналізувати феномен і вплив аудіострімінгу як тренду розвитку аудіовізуальних технологій на музичну індустрію в XXI ст.

Результати дослідження

Тотальне впровадження та поширення інтернету суттєво змінило долю offline- й online-мовлення: замість спеціальних приладів ми тепер маємо багатфункціональні стільникові телефони або ж сучасні смартфони чи інші девайси, які дозволяють не лише користуватися вже створеними продуктами, але й самому брати участь у глобальному процесі обміну інформацією та контентом. З початком 2000-х рр. швидкісний інтернет не просто змістив традиційне радіомовлення з його позицій, враховуючи ступінь впливу на повсякденне життя, але й стрімко еволюціонував настільки, що сучасні музичні та медіаексперти заговорили про завершення епохи offline- й online-мовлення, на зміну якій приходить епоха стрімінгу (The Age of Streaming), котра супроводжується формуванням уявлень про музику як про ефір і потік (McIntyre, 2017; Butler, 2019). Настання цієї епохи пов'язують із низкою важливих дат в історії сучасного аудіовізуального виробництва: 1999 р. — поява цифрової мережі обміну музикою Napster, яка існувала на принципі безкоштовного завантаження, а далі 2005 р. — запуск YouTube, 2006 р. — Spotify та у 2008 р. — SoundCloud.

Якщо раніше поняття «стрімінгу» переважно стосувалося гейм-індустрії та пов'язаного з нею девелопменту, то швидка популяризація потоко-

вого мовлення спричинила зміни в самій медіа-системі, наділяючи це поняття семантикою, яка стосується процесу трансляції мультимедійного продукту, а також сервісів, що орієнтовані на індивідуалізацію та персоналізацію мовлення. Завдяки розвитку та популярності мобільних приладів (смартфонів і планшетів) змінюється суть і характер споживання контенту; споживачі хочуть бути більш гнучкими в виборі останнього, тобто самостійно ухвалювати рішення, через що все більше надають перевагу мобільним девайсам і музичним стрімінговим сервісам — Spotify, Sound Cloud, Google Play Music, Daytrotter.com, Us.napster.com (Rhapsody), Apple Music, Deezer, Pandora та ін.

Г. Зер (Zehr, 2021) у статті «Економічний аналіз впливу стрімінгу на музичну індустрію у відповідь на критику Тейлор Свіфт» зазначає, що з моменту появи потокової трансляції музики, з 2010-х рр., галузь починає швидко змінюватись. У своїх висновках автор частково поділяє критику й побоювання суперзірки, яка поставила під сумнів можливість стрімінгу належно компенсувати зусилля тих, хто бере участь у створенні музики. Проте, попри певне зменшення прибутків у музичній індустрії через стрімінг, аналітика автора свідчить, що індустрія поступово адаптувалася до цієї нової моделі споживання музичного контенту та відкрила для себе низку позитивних тенденцій: стрімінгові сервіси збільшують переваги для гравців музичної індустрії завдяки зниженню рівня піратства, розширенню можливостей пошуку музики та залученню споживачів до інших сфер музичного ринку.

Ці висновки видаються цілком логічними, якщо врахувати функціональні та технологічні переваги аудіострімінгу, серед яких — зміна виду комунікації (від масового до інтраперсонального діалогу), інтернаціональний склад аудиторії, поліфункціональність і мультиформатність, гнучкість і мобільність проєктів, від-мова від усного формату спілкування на користь письмового, індивідуальні опції для слухачів, зокрема, формування плейлистів на власний смак, чого немає в offline-і online-мовленні, технології розпізнавання мови для збору даних про вік, поле та емоційний стан слухача. Приміром, якщо розглянути сервіс Sound Cloud, то виявиться, що з його допомогою можна прослуховувати підкасти й аудіокниги, завантажувати необхідні файли, що дозволяє не перебувати постійно в мережі, а також залишати коментарі в будь-якій частині треку. І це на додачу до укладання плейлистів і завантаження власного контенту.

Дійсно, індивідуалізація контенту, як-от детальний пошук у AllMusic чи автоматична добірка

музики в Spotify, відкриває нові можливості для розвитку індустрії та комунікативного потенціалу аудіовізуальної культури загалом. Водночас подібні каналізування та персоналізація послуг містять у собі небезпеку маніпулятивного впливу, для усунення якої на розробників попереду чекає ще велика робота, пов'язана як з розробкою нових неординарних стратегій і тактик, так і з використанням широких можливостей масової мережевої комунікації, де від комунікатора та реципієнта необхідне вироблення обопільно прийнятних поведінкових патернів.

У статті Л. Стілл (Still, 2022) під назвою «Як репери SoundCloud назавжди змінили музичну індустрію» цей сервіс названо «головним законодавцем моди в поп-культурі». Такі новатори, як Chance The Rapper, Lil Uzi Vert та багато інших виконавців у цьому жанрі використали додаток для випуску музики, а також із його допомогою провадили промоцію, водночас залучаючи велику кількість слухачів до сервісу SoundCloud.

В іншій публікації з не менш промовистою назвою «Як 10 років стрімінгу назавжди змінили музику» її автор П. Дасгупта (Dasgupta, 2021) вважає, що впродовж такого терміну музична індустрія все ще намагається контролювати систему й змушує її працювати на свою користь. Одним із важливих способів того, як трансляція вплинула на артистів, є виплата роялті. Цікаво, що попри згадану різку реакцію Свіфт, Wall Street Journal виявив, що артисти створюють більше музики, ніж будь-коли. Це пов'язано з тим, що процеси запису, випуску й маркетингу музики оптимізувалися завдяки цифровізації, багато з яких було прискорено саме завдяки стрімінгу. Він також допомагає менш відомим виконавцям, адже завдяки SoundCloud, Bandcamp та іншим додаткам інді-митці змогли донести свої твори до більш широкої аудиторії. Важливо розуміти, що чимало молодих виконавців залежать від фанів, які діляться їхніми треками в інтернеті, спонукаючи тим самим купувати альбоми цих виконавців на Beatport, що є «запрошенням» на концерти, де ті зароблять гроші. Наголошуючи на «абсолютній відносності» стрімінгу, П. Дасгупта (Dasgupta, 2021) вважає, що підходить до організації роботи та реформ у межах функціонування подібних музичних сервісів повинні бути такими ж динамічними, як і самі платформи, щоб відповідати викликами часу та потребам музичної індустрії.

Аналіз ефекту й трансформаційного впливу музичних стрімінгових сервісів наштовхує на думку звернутися до підходу Д. Мак-Квейла, який ще в 1994 р. виділяв основні функції медіа, які також можуть бути використані й стосовно сучасних

аудіострімінгових ресурсів: соціальну (можливість будувати відносини на базі загального культурного досвіду), функцію трансляції (виражати погляди та цінності), контрольну (змінювати стереотипи, настанови та поведінку інших) та інформаційна (передавати знання) (McQuail, 1994; Fawkes & Gregory, 2000, pp. 115–116).

Деякі експерти та музичні критики вважають, що музичні стрімінгові сервіси зумовлюють та фундують найважливіші процеси в галузі, включно аж до «другої цифрової музичної революції» (second digital music revolution). Особливо такі думки почали лунати після опублікованого у 2019 р. звіту IFPI Global Music Report. Згідно з документом, світовий ринок музичних записів у 2018 р. зріс на 9,7% у, зокрема, 37% прибутків припадає на платні потокові послуги. Очікується, що ця тенденція продовжиться і в одалші роки (International Federation of the Phonographic Industry [IFPI], 2020). Статистика, з якою можна ознайомитися на сайті Міжнародної федерації фонографічної індустрії, свідчить, що в 2020 р. 62,1% прибутку музичної галузі було отримано завдяки стрімінговим сервісам (IFPI, 2021). У 2021 р. глобальний ринок стрімінгової трансляції музики в інтернеті сягнув 16,11 млрд \$, а до 2027 р. має досягти позначки в 29,66 млрд \$, демонструючи середньорічний темп зростання 10,71% впродовж 2021–2027 рр. Водночас аналітик Goldman Sachs Л. Ян прогнозує, що до 2030 р. прибутки всієї музичної індустрії становитимуть 131 млрд \$, з яких 41 млрд припаде на музичні стрімінгові сервіси (Goldman Sachs, 2019).

Висновки

Отже, попри різні оцінки та відгуки, більшість аналітиків, експертів і критиків сходяться на думці, що сьогодні ми переживаємо бурхливий та нестримний розвиток музичної індустрії, «паливом» якого постає аудіострімінг. Не випадково деякі сучасні дослідники пишуть про епоху стрімінгу (The Age of Streaming), яка прийшла на зміну offline- і online-мовленню, супроводжується формуванням уявлень про музику як про ефір і потік, а також спричинила «другу цифрову музичну революцію», котра почалася з запуском таких мереж і сервісів, як Napster, Spotify та SoundCloud. Музичні стрімінгові сервіси збільшують переваги для гравців індустрії завдяки зниженню рівня піратства, розширенню можливостей пошуку музики та залученню споживачів до інших сфер музичного ринку. Також вони мають очевидні функціональні та технологічні переваги — інтраперсональний діалог, інтернаціональний склад

аудиторії, поліфункціональність і мультиформатність, гнучкість і мобільність проєктів, відмову від усного формату спілкування на користь письмового, індивідуальні опції для слухачів та ін. Під впливом аудіострімінгу зазнає трансформації й музична культура як така, цінності та настанови, підходи до музичної творчості та співпраці. Водночас, попри індивідуалізацію контенту, більшу свободу дій, поліфункціональність та економічні зиски зараз і в майбутньому від використання музичних стрімінгових сервісів, залишається чимало проблем, які стосуються маніпуляції музичними смаками, контролю самої системи з боку музичної індустрії, реагування на швидкі зміни та новачі тощо. Це загострює увагу навколо проблеми організації роботи та реформування музичних стрімінгових сервісів, що мають бути такими ж динамічними, як і самі платформи, щоб відповідати викликами часу та змінам в музичній індустрії у XXI ст.

Серед перспективних напрямів подальших досліджень слід звернути увагу на більш детальний та ґрунтовний аналіз специфіки функціонування певних музичних стрімінгових сервісів (Spotify, Sound Cloud, Google Play Music, Daytrotter.com, Us.napster.com (Rhapsody), Apple Music, Deezer, Pandora), а також порівняльний аналіз їхніх функціональних можливостей та опцій послуг в контексті нових трендів музичної індустрії.

Список посилань

- Печеранський, І., & Шевчук, Ю. (2022). «Платформінг» як інструмент трансформації аудіовізуальних індустрій в епоху діджиталізації: перспективи та ризики. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 47, 33–41. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.47.2022.269550>
- Поплавський, М. М., & Трач, Ю. В. (2022). Цифровізація музичної індустрії: тенденції і перспективи. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 30–39. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2022.262202>
- Суська, О. О. (2018). Теоретико-методологічні осмислення функціоналу стрімінг-технологій в середовищі сучасних мас-медіа. *Габітус*, 6, 115–119.
- Butler, A. (2019). Why Streaming is a Good Thing for the Music Industry. *Backstage Pass*, 2(1), Article 22. <https://scholarlycommons.pacific.edu/backstage-pass/vol2/iss1/22>
- Castells, M. (Ed.). (2005). *The network society: A cross-cultural perspective*. Edward Elgar.
- Coffey, A. (2016). *The impact that music streaming services such as Spotify, Tidal and Apple Music have*

- had on consumers, artists and the music industry itself [A research Paper of Master of Science, University of Dublin]. <https://www.scss.tcd.ie/publications/theses/diss/2016/TCD-SCSS-DISSERTATION-2016-027.pdf>
- Dasgupta, P. (2021). *How 10 years of streaming has changed music forever*. Far Out Magazine. <https://faroutmagazine.co.uk/how-10-years-of-streaming-has-changed-music-forever/>
- Fawkes, J., & Gregory, A. (2000). Applying communication theories to the Internet. *Journal of Communication Management*, 5(2), 109–124. <https://doi.org/10.1108/13632540110806703>
- Goldman Sachs. (2019). *Why streaming is reviving the music industry. Music revenue could more than double by 2030*. Vulture. <https://www.vulture.com/2019/04/streaming-music-industry-infographic.html>
- Hadjis Labarca, U. (2021). Music streaming and its consequences within the dynamics of power, consumption and creation. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 3–12. <https://doi.org/10.5209/tekn.68748>
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2020). *IFPI Global Music Report 2020 – The industry in 2019*. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global_Music_Report-the_Industry_in_2019-en.pdf
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2021). *IFPI Global Music Report 2020*. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf
- Kiss, J. A. (2018). *How the introduction of streaming has changed the financial focal points of the music industry* (Publication No. 805) [A Senior Thesis, Liberty University]. <https://digitalcommons.liberty.edu/honors/805>
- Leight, E. (2017, December 14). *After losing ground in the streaming era, rock charts its comeback*. Billboard. <https://www.billboard.com/pro/rock-roll-streaming-music-business-comeback/>
- McIntyre, H. (2017, September 21). *Streaming continues to power the music industry's growth at 2017's halfway point*. Forbes. www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2017/09/21/streaming-continues-to-power-the-music-industrys-growth-at-2017s-halfway-point/#15105c0d404e
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction* (3rd ed.). SAGE.
- Rouse, M. (2014, May 23). *Audio Streaming*. Technopedia. <https://www.techopedia.com/definition/6067/audio-streaming>
- Still, L. (2020). *How SoundCloud rappers changed the music industry forever*. Sutoru. <https://www.sutori.com/en/story/how-soundcloud-rappers-changed-the-music-industry-forever--6kJzT1fvECyoMGJ3Z7nZGxqx>
- Wikström, P. (2013). *The music industry: Music in the cloud* (2nd ed.). Polity Press.
- Zehr, H. (2021). An economic analysis of the effects of streaming on the music industry in response to criticism from Taylor Swift. *Major Themes in Economics*, 23, Article 5, 51–63. <https://scholarworks.uni.edu/mtie/vol23/iss1/5>
- Zhang, Q. (2022). Xiami's Death: How streaming platforms' survival is closely linked to music industry. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* [Proceedings of the Conference] (Vol. 664, pp. 2405–2418). Atlantis Press.

References

- Butler, A. (2019). Why Streaming is a Good Thing for the Music Industry. *Backstage Pass*, 2(1), Article 22. <https://scholarlycommons.pacific.edu/backstage-pass/vol2/iss1/22> [in English].
- Castells, M. (Ed.). (2005). *The network society: A cross-cultural perspective*. Edward Elgar [in English].
- Coffey, A. (2016). *The impact that music streaming services such as Spotify, Tidal and Apple Music have had on consumers, artists and the music industry itself* [A research Paper of Master of Science, University of Dublin]. <https://www.scss.tcd.ie/publications/theses/diss/2016/TCD-SCSS-DISSERTATION-2016-027.pdf> [in English].
- Dasgupta, P. (2021). *How 10 years of streaming has changed music forever*. Far Out Magazine. <https://faroutmagazine.co.uk/how-10-years-of-streaming-has-changed-music-forever/> [in English].
- Fawkes, J., & Gregory, A. (2000). Applying communication theories to the Internet. *Journal of Communication Management*, 5(2), 109–124. <https://doi.org/10.1108/13632540110806703> [in English].
- Goldman Sachs. (2019). *Why streaming is reviving the music industry. Music revenue could more than double by 2030*. Vulture. <https://www.vulture.com/2019/04/streaming-music-industry-infographic.html> [in English].
- Hadjis Labarca, U. (2021). Music streaming and its consequences within the dynamics of power, consumption and creation. *Teknokultura. Journal of Digital Culture and Social Movements*, 18(1), 3–12. <https://doi.org/10.5209/tekn.68748> [in English].
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2020). *IFPI Global Music Report 2020 – The industry in 2019*. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global_Music_Report-the_Industry_in_2019-en.pdf [in English].
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2021). *IFPI Global Music Report 2020*. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf [in English].

- Kiss, J. A. (2018). *How the introduction of streaming has changed the financial focal points of the music industry* (Publication No. 805) [A Senior Thesis, Liberty University]. <https://digitalcommons.liberty.edu/honors/805> [in English].
- Leight, E. (2017, December 14). *After losing ground in the streaming era, rock charts its comeback*. Billboard. <https://www.billboard.com/pro/rock-roll-streaming-music-business-comeback/> [in English].
- McIntyre, H. (2017, September 21). *Streaming continues to power the music industry's growth at 2017's halfway point*. Forbes. www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2017/09/21/streaming-continues-to-power-the-music-industrys-growth-at-2017s-halfway-point/#15105c0d404e [in English].
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction* (3rd ed.). SAGE [in English].
- Pecheranskyi, I., & Shevchuk, Yu. (2022). "Platforming" yak instrument transformatsii audiovizualnykh industrii v epokhu didzhitalizatsii: Perspektyvy ta ryzyky ["Platforming" as a tool for the transformation of audiovisual industries in the era of digitalisation: Prospects and risks]. *Bulletin of KNUKіM. Series in Arts*, 47, 33–41. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.47.2022.269550> [in Ukrainian].
- Poplavskyi, M. M., & Trach, Yu. V. (2022). Tsyfrovizatsiia muzychnoi industrii: Tendentsii i perspektyvy [Digitalization of the music industry: Trends and prospects]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 30–39. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2022.262202> [in Ukrainian].
- Rouse, M. (2014, May 23). *Audio Streaming*. Technopedia. <https://www.techopedia.com/definition/6067/audio-streaming> [in English].
- Still, L. (2020). *How SoundCloud rappers changed the music industry forever*. Sutoru. <https://www.sutori.com/en/story/how-soundcloud-rappers-changed-the-music-industry-forever--6kJzT1fvECyoMGJ3Z7nZGxqx> [in English].
- Susska, O. O. (2018). Teoretyko-metodolohichni osmyslennia funktsionalu striminh-tekhnolohii v seredovyschchi suchasnykh mas-media [Theoretical and methodological measurement of the streaming technologies function in the environment of modern mass media]. *Habitus*, 6, 115–119 [in Ukrainian].
- Wikström, P. (2013). *The music industry: Music in the cloud* (2nd ed.). Polity Press [in English].
- Zehr, H. (2021). An economic analysis of the effects of streaming on the music industry in response to criticism from Taylor Swift. *Major Themes in Economics*, 23, Article 5, 51–63. <https://scholarworks.uni.edu/mtie/vol23/iss1/5> [in English].
- Zhang, Q. (2022). Xiami's Death: How streaming platforms' survival is closely linked to music industry. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* [Proceedings of the Conference] (Vol. 664, pp. 2405–2418). Atlantis Press [in English].

Audio Streaming as a Trend in the Development of Audiovisual Technologies and Its Impact on the Modern Music Industry

Ihor Pecheranskyi

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

The aim of the article is to analyse the features and influence of audio streaming as a trend of audiovisual technology development in the 21st-century music industry. *Results*. It is revealed that the popularity and active use of audio streaming are associated with the phenomenon that modern researchers call the era of streaming (the Age of Streaming), which has replaced offline and online broadcasting, and is accompanied by the formation of the perception of music as a broadcast and stream, and caused the “second digital music revolution”. Functional and technological advantages of music streaming services are emphasized, including interpersonal dialogue, international audience composition, multi-functionality and multi-format, flexibility and mobility of projects, abandoning oral communication format in favour of written, individual options for the listeners, etc. The article shows that thanks to these advantages, they increase opportunities for the main players in the music industry and change the music culture in the 21st century. *The scientific novelty* consists in identifying and considering audio streaming as a trend and advanced audiovisual technology that changes the music industry at the present stage. *Conclusions*. At the beginning of the new century, audiovisual technologies continue to develop dynamically, particularly in the streaming service segment, which is confirmed by the popularity of such a trendy mechanism as audio streaming, thanks to which the music product is “dematerialised” and transformed into a service and stream. Digitalisation and streaming principles replace the hierarchical architecture of society, establish the

“culture of a network society”, and transform the music industry, changing the essence and nature of content consumption. The audience, that is, the consumers, along with the performers, become co-creators of musical tastes and industry using mobile devices and numerous music streaming services such as Spotify, Sound Cloud, Google Play Music, Daytrotter.com, Us.napster.com (Rhapsody), Apple Music, Deezer, Pandora, etc.

Keywords: audio streaming; Age of Streaming; audiovisual technologies; music industry; music streaming services; Sound Cloud; Spotify

Інформація про автора

Ігор Печеранський, доктор філософських наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна, ORCID: iD 0000-0003-4722-2332, e-mail: ipecheranskiy@ukr.net

Information about the author

Ihor Pecheranskyi, DSc in Philosophy, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, ORCID iD: 0000-0003-4722-2332, e-mail: ipecheranskiy@ukr.net

