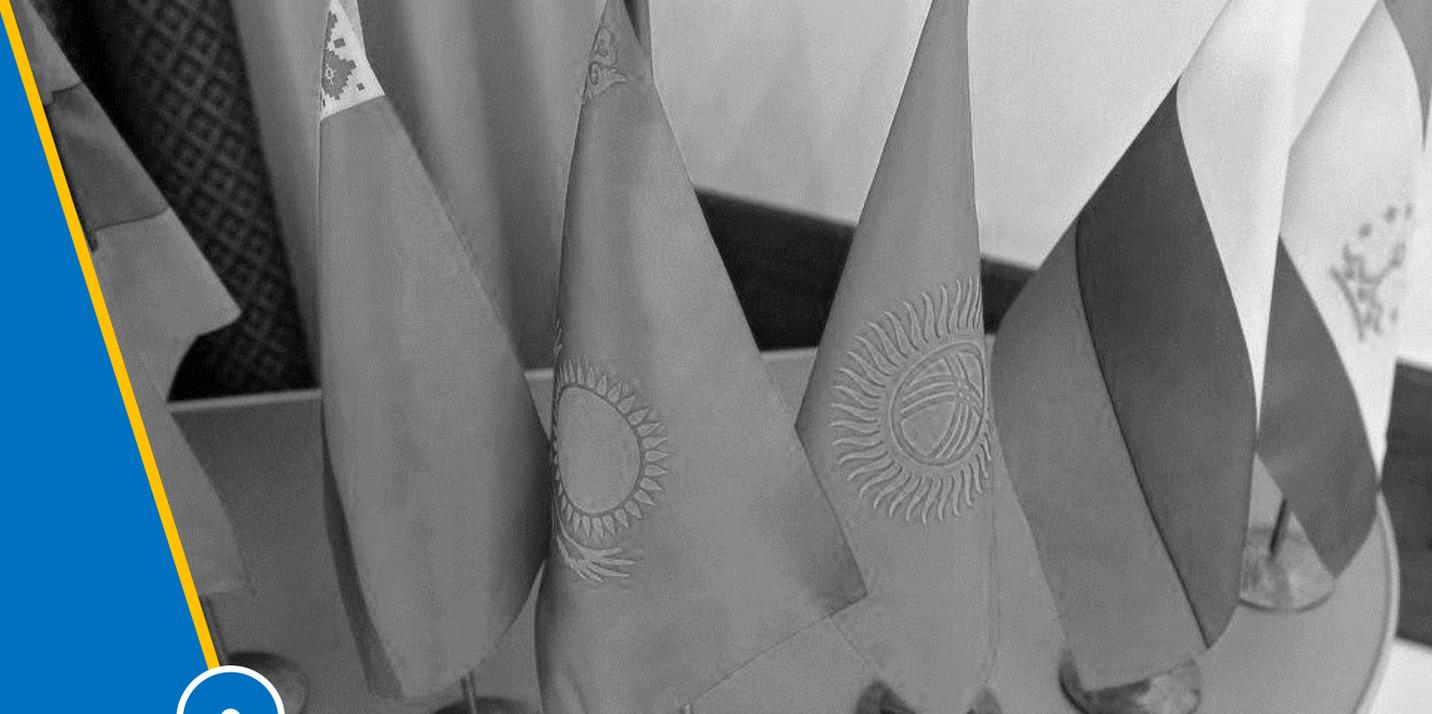
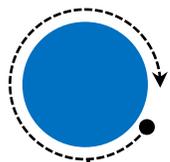


МЕДИАРЫНОК СТРАН СНГ



2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ



ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ



АЗЕРБАЙДЖАН



АРМЕНИЯ



БЕЛОРУССИЯ



КАЗАХСТАН



КЫРГЫЗСТАН



МОЛДАВИЯ



ТАДЖИКИСТАН



ТУРКМЕНИСТАН



УЗБЕКИСТАН

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОЕКТА



ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ состояния медиарынков и характеристик медиапотребления стран СНГ



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Анализ общей информации о стране: население, территория, ВВП
- Общая информация о медиарынке: объем рынка, отраслевые ассоциации, структура СМИ, законодательство и т.д.
- Характеристики медиапотребления классических и социальных медиа: охваты, портреты аудиторий и т.д.
- Основные выводы – тенденции развития медиа рынка.



МЕТОД СБОРА ДАННЫХ

кабинетное исследование – сбор, систематизация, анализ вторичной информации



СТРАНЫ

- Азербайджан
- Армения
- Белоруссия
- Казахстан
- Киргизия
- Молдавия
- Таджикистан
- Туркменистан
- Узбекистан



МЕДИАРЫНОК АЗЕРБАЙДЖАНА



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



АЗЕРБАЙДЖАН



10,2 млн чел.



86,6 тыс. км²

** Карта сделана с помощью ресурса [Datawrapper](#)*



ВВП 78,72 млрд \$



Валюта: манат



**Язык:
азербайджанский**

СТРУКТУРА СМИ

5 000 -----зарегистрированных СМИ -----

В Министерстве юстиции зарегистрировано более 5 тыс. средств массовой информации, однако в настоящее время функционирует лишь небольшая часть из них.

Согласно индексу устойчивости СМИ IREX, количество **активных средств массовой информации** составляет:

- **36** ежедневных печатных изданий
- **200** еженедельных и **85** ежемесячных печатных изданий
- **9** радиостанций AM и **17** радиостанций FM-диапазона
- **23** телевизионные станции, в том числе **9** вещающих по всей стране и **14** в регионах*.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



321

Печатные издания



12,2 тыс.

Интернет-издания



23

ТВ



26

Радио



1 тыс.

Информационные агентства

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ. ТРАДИЦИОННЫЕ/ КЛАССИЧЕСКИЕ МЕДИА



- В **2022** году на территории Азербайджана вещают 25 ТВ-каналов, тогда как в **2021** году вещало 24 канала (Статистический ежегодник, 2023г.)
- Из ТВ-каналов Азербайджана **20** каналов вещают на всей территории страны, а на спутниковом ТВ представлено **16**.
- **У 99,8% населения** есть возможность просмотра телевидения, из них у такой же доли населения есть возможность просмотра 1,2,3 и более ТВ-каналов.
- Благодаря соглашению с Турецкой Республикой, турецкий канал TRT-1 транслируется в республиканском формате, охватывая около **95%** населения.

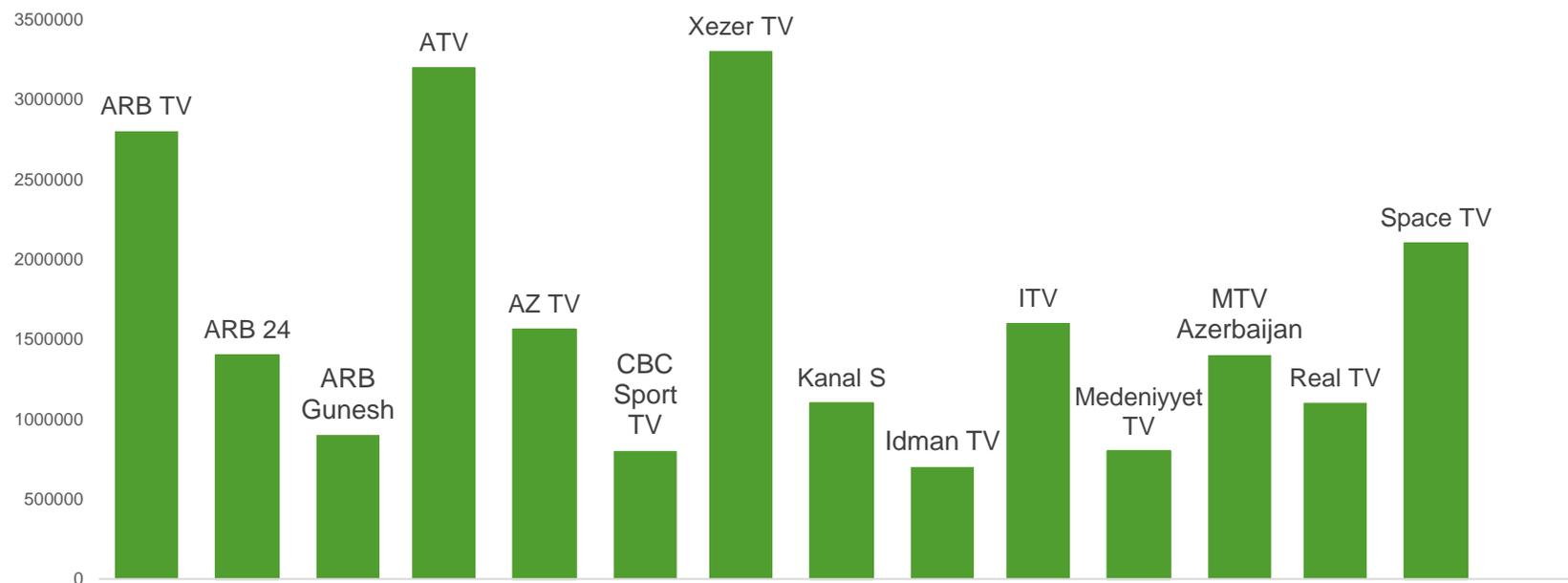
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ. ТРАДИЦИОННЫЕ/ КЛАССИЧЕСКИЕ МЕДИА



- Компания **Marsa LLC** – первая компания в Азербайджане, которая с 2022 года начала проводить измерения телеаудитории страны.
- Согласно рейтингу за 2023 год, самая широкая аудитория зафиксирована у каналов: Xezer, TV ATV, ARB TV.
- Наименьшая аудитория у узконаправленных каналов – например, спортивного канала: CBC Sport TV.



МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ. ТРАДИЦИОННЫЕ/ КЛАССИЧЕСКИЕ МЕДИА



- В интернете в свободном доступе не представлены официальные рейтинги СМИ Азербайджана. Информация ограничена и эклектична.
- По оценкам экспертов, самой популярной газетой в Азербайджане является государственное издание **Azerbaijan**. Далее располагаются издания: Bizim Yol, Yeni Musavat, Azeri Times, 525 Qeze.

СТРУКТУРА РЫНКА



КРУПНЫЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- Только газеты **"Экспресс"** и **"Заман"** имеют собственную полиграфическую базу. Однако в целом недостатка в производственных мощностях нет.
- В настоящее время в Баку насчитывается около 25 малых и средних типографий и одно государственное издательство **"Азербайджан"**, где печатается большинство периодических изданий.

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

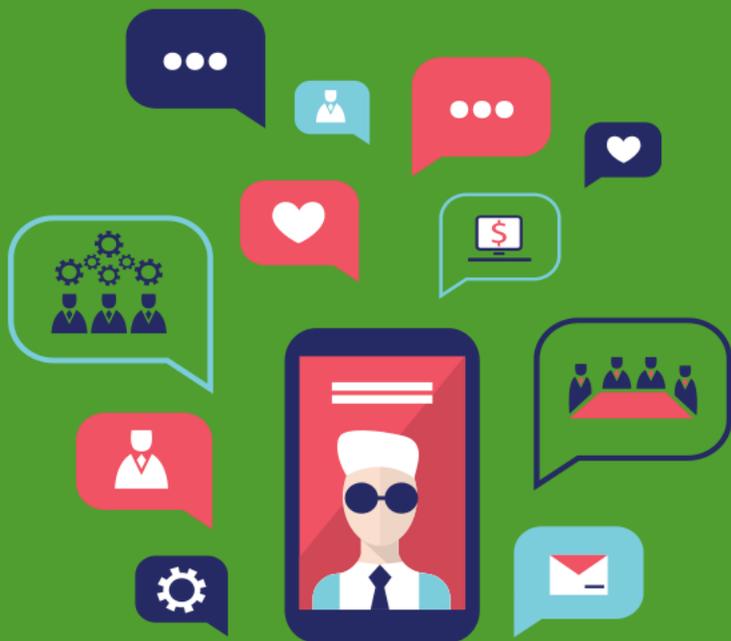
- Закон о медиа в Азербайджане, принятый в конце 2021 года, представляет собой ряд ограничений, которые позволяют властям контролировать деятельность журналистов.
- Он включает в себя создание государственного реестра медиасубъектов, лицензирование и установку обязательных удостоверений для журналистов.
- Закон был принят в ускоренном порядке, несмотря на протесты со стороны независимых журналистов, правозащитников и части гражданского общества*.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО



*Закон Азербайджанской Республики от 30 декабря 2021 года №471-VIQ "О медиа".

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА



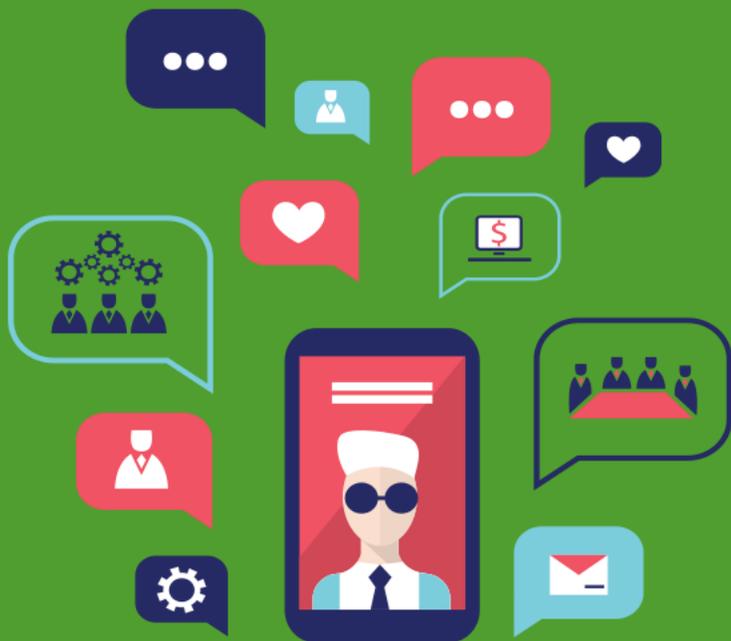
- **9 190 000** пользователей Интернета в Азербайджане.
- По данным 2023 года, число пользователей социальных сетей в Азербайджане - **6 100 000**, что составляет 58,4 % населения страны.
- **3 900 000** пользователей социальных сетей старше 18 лет, 46,5% из них зарегистрированы хотя бы в одной социальной сети.
- В Азербайджане к 2024 году число пользователей Instagram* составило 4 050 000; Facebook* и Facebook Messenger - 1 600 000, LinkedIn - 830 000, Twitter – 255 900.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА



- По данным Global Stats, в феврале 2023 года активность пользователей социальной сети **Facebook*** в Азербайджане **снизилась** по сравнению с январем и в августе составила 24,74%.

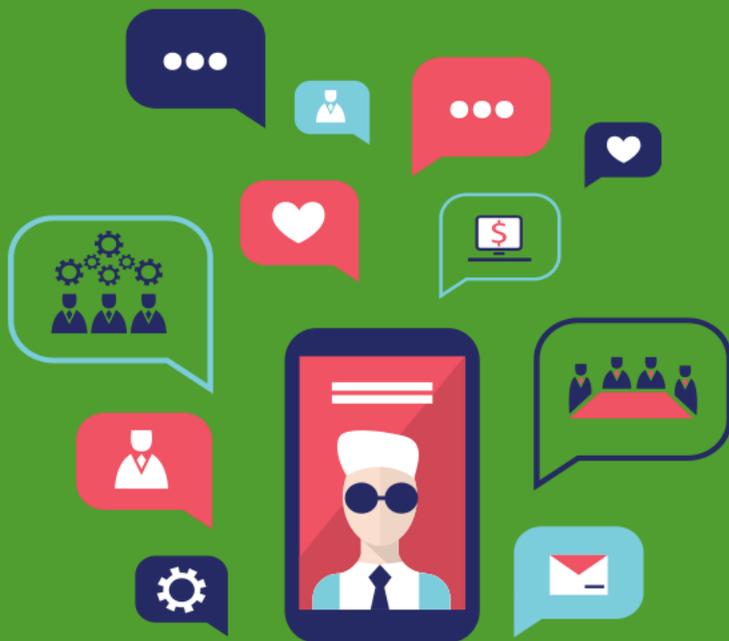
1 место – **Instagram*** (32,49%)
2 место – **Facebook***(24,74%)
3 место – **Pinterest** (16,73%)
4 место – **YouTube** (11,9%)
5 место – **Twitter** (10,36%).

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

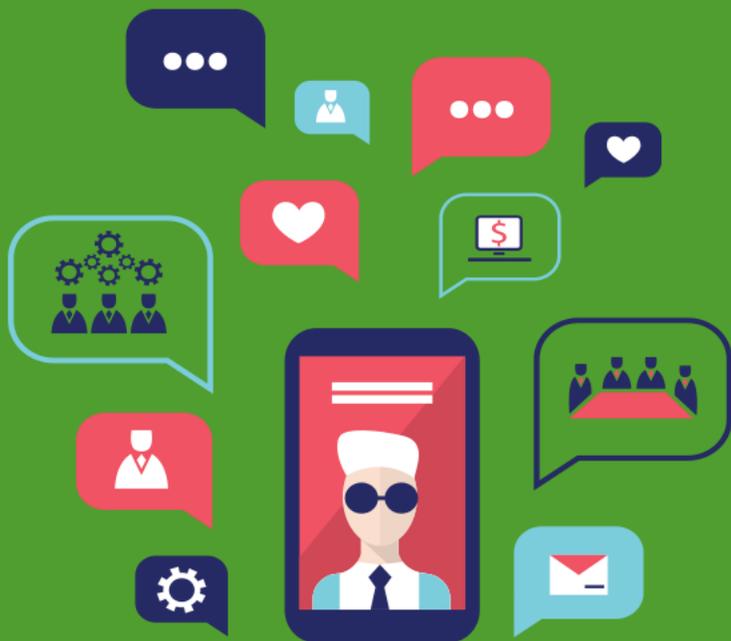


- Согласно данным, приведенным в рекламных инструментах Meta*, в 2023 году у Facebook** в Азербайджане было **1 500 000** пользователей.
- Число пользователей Facebook** в Азербайджане, по собственным данным Meta, в период с 2023 по 2024 год выросло на 100 000 человек или **6,7%**.
- Зафиксировано, что число пользователей, на которых нацелены рекламные аккаунты Facebook**, **сократилось на 50 000** (3%) с 10.2023 по 01.2024.
- В 2024 году реклама на Facebook** в Азербайджане достигала **15,3%** общей численности населения. Но Facebook** ограничивает использование платформы лицами в возрасте 13 лет и старше, поэтому только **19%** действующей аудитории могут пользоваться платформой.
- Потенциальный рекламный круг Facebook** в Азербайджане сократился на **41 000** (-6,4 %) в период с 2022 по 2023 год. Стремительно растет число данных о том, что с 10.2022 по 01.2023 года рекламная аудитория Facebook Messenger в Азербайджане сократилась на **19 000** (-3,0 %).

* Компания Meta является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

**Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА



- Данные, опубликованные в рекламных инструментах Meta*, показывают, что в 2023 году у **Instagram* 3 250 000 пользователей** в Азербайджане.
- Согласно недавно пересмотренным данным компании, на начало года **рекламный охват Instagram* достигал 33%** от общей численности населения.
- У платформы есть возрастные ограничения, Instagram* используют **39,1% аудитории**.
- Рекламный охват Instagram* в Азербайджане составляет **36,4% местных интернет-ресурсов**.
- Согласно приведенным данным, в период с 2022 по 2023 год потенциальный рекламный круг Instagram* в Азербайджане сократился на **800 000 человек (19,8%)**. Рекламная аудитория сократилась на **350 000 человек (9,7%)**.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



** Компания Meta является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года*

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА

- В стране наблюдается **доминирование государственных СМИ**.
- При этом наблюдается рост **интернет-телевидения**, предлагающего более сбалансированное представление о новостной повестке. Однако эффективность их работы в информировании граждан требует дальнейшего изучения.
- Государственные каналы составляют ядро **телевещания** в Азербайджане и охватывают большую часть страны.
- Рост числа **интернет-изданий и новых медиа** открывает новые возможности для развития СМИ.
- Использование **социальных сетей в Азербайджане продолжает активно развиваться**, привлекая внимание значительной части населения страны. Пользователи платформ находятся в разных возрастных и гендерных группах, что указывает на широкий спектр интересов и потребностей аудитории.
- Снижение активности на платформе Facebook* и рост популярности Instagram*, а также увеличение числа пользователей YouTube и других платформ подчеркивают **динамичность этого сегмента** рынка.
- Вместе с тем, социальные сети становятся важным инструментом как **для личного общения и развлечений, так и для бизнеса и рекламы**. Учитывая эти факторы, они играют ключевую роль в цифровизации общества и бизнеса в Азербайджане, предоставляя платформу для обмена информацией, установления связей и продвижения продуктов и услуг.
- В то время как печатные СМИ, включая как государственные, так и независимые, играют важную роль в информационной жизни, особенно в Баку, их **роль в политическом дискурсе ограничена**, частично из-за политических и экономических факторов.

МЕДИАРЫНОК АРМЕНИИ

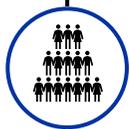


2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



АРМЕНИЯ



2,9 млн чел.



29,7 тыс. км²

* Карта сделана с помощью ресурса [Datawrapper](#)



ВВП 19,5 млрд \$

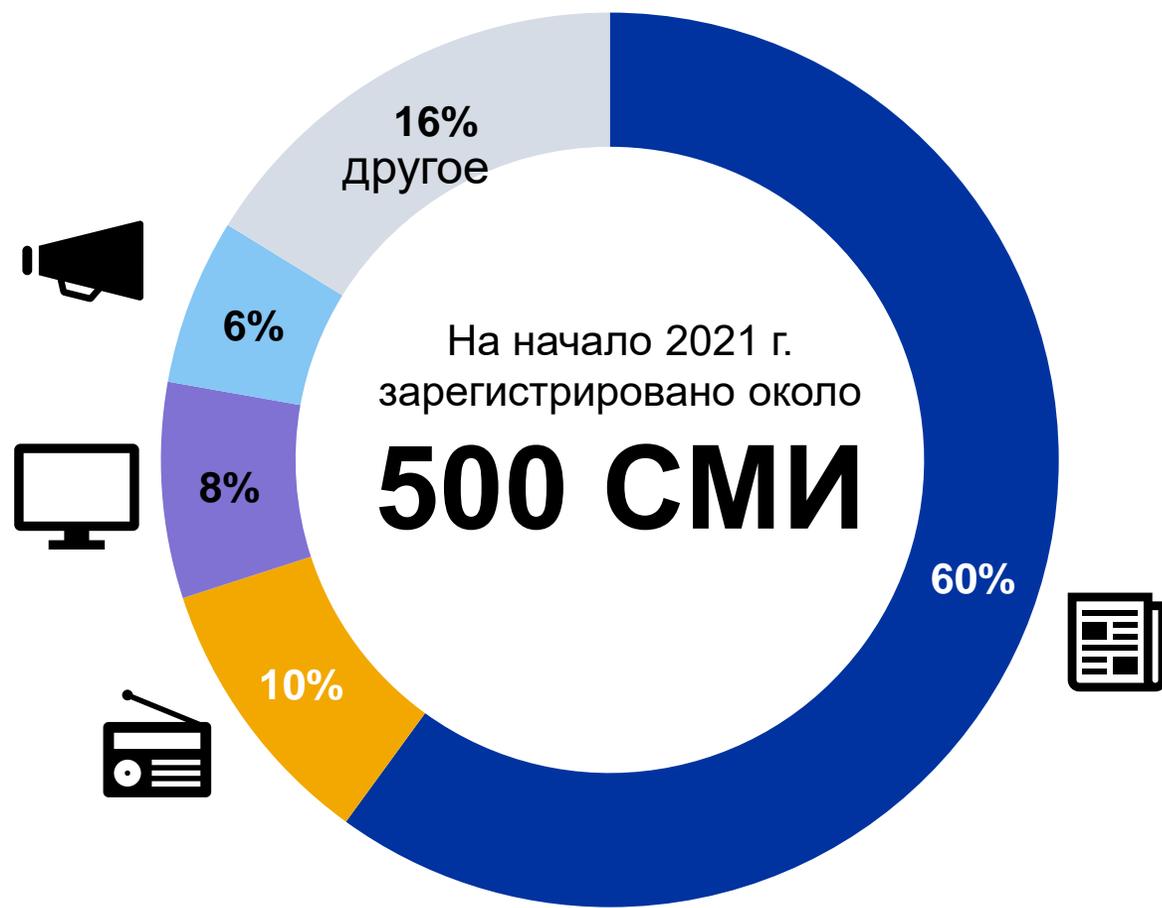


Валюта: драм



Языки: армянский

СТРУКТУРА СМИ



300

Печатные издания



39

ТВ



50

Радио



30

Информационные агентства

ОСНОВНЫЕ МЕДИА



КРУПНЫЕ ГАЗЕТЫ

- "Голос Армении" (VoB)
- "Новое время" (Nor Gyank)
- "Независимая" (Tert)
- "Армянские новости"
- "Армения сегодня"



КРУПНЫЕ ТВ КАНАЛЫ

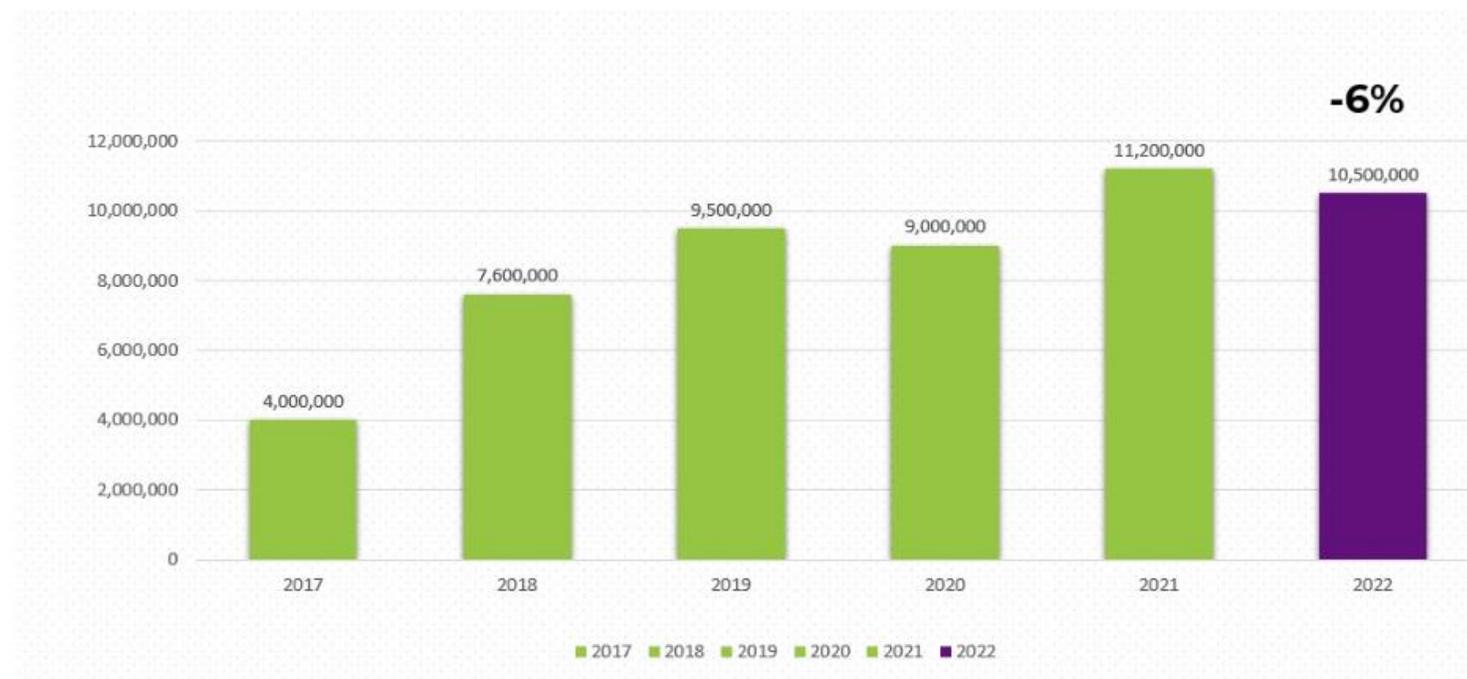
- Н1 – публичный телевизионный канал
- Shant TV – коммерческий телеканал
- Armenia TV – коммерческий телеканал
- Yerkir Media – телеканал, ориентированный на армянскую диаспору
- Kentron TV – телеканал общего формата

- Конституция Республики Армения
- Закон "О свободе доступа к информации" от 2003 года
- Закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 2010 года
- Закон "О средствах массовой информации" от 2000 года
- Закон "Об аудиовизуальных средствах массовой информации" от 2001 года
- Закон "О телерадиовещании" от 2010 года
- Закон "О распространении телепрограмм" от 2010 года
- Кодекс этики журналиста Армении
- Нормативные акты и указы Национального совета по телевидению и радиовещанию

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И РЕГЛАМЕНТЫ В СФЕРЕ МЕДИА

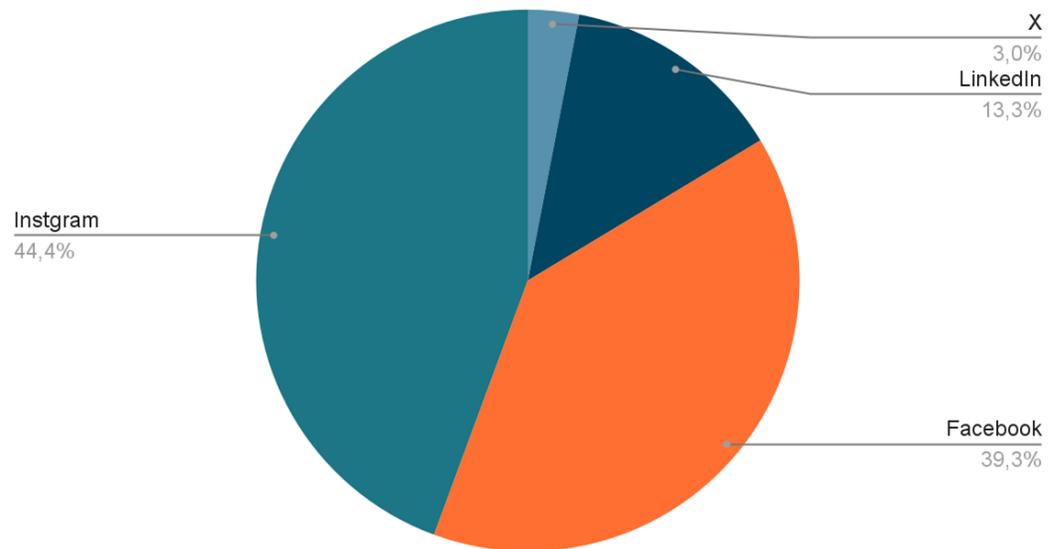
ОБЪЕМ РЫНКА РЕКЛАМЫ

60 млрд \$



ЧИСЛО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

- Instagram* – 1,3 млн.
- Facebook* – 1,15 млн.
- LinkedIn – 390 тыс.
- X – 88,8 тыс.



** Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года*

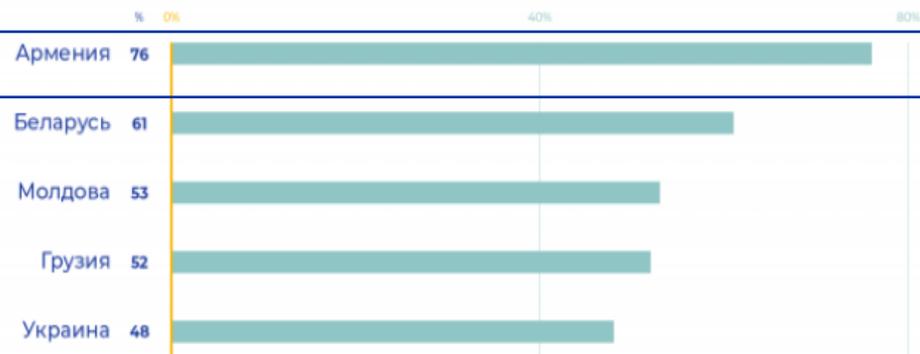
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Процент потребления новостей из новостных сайтов

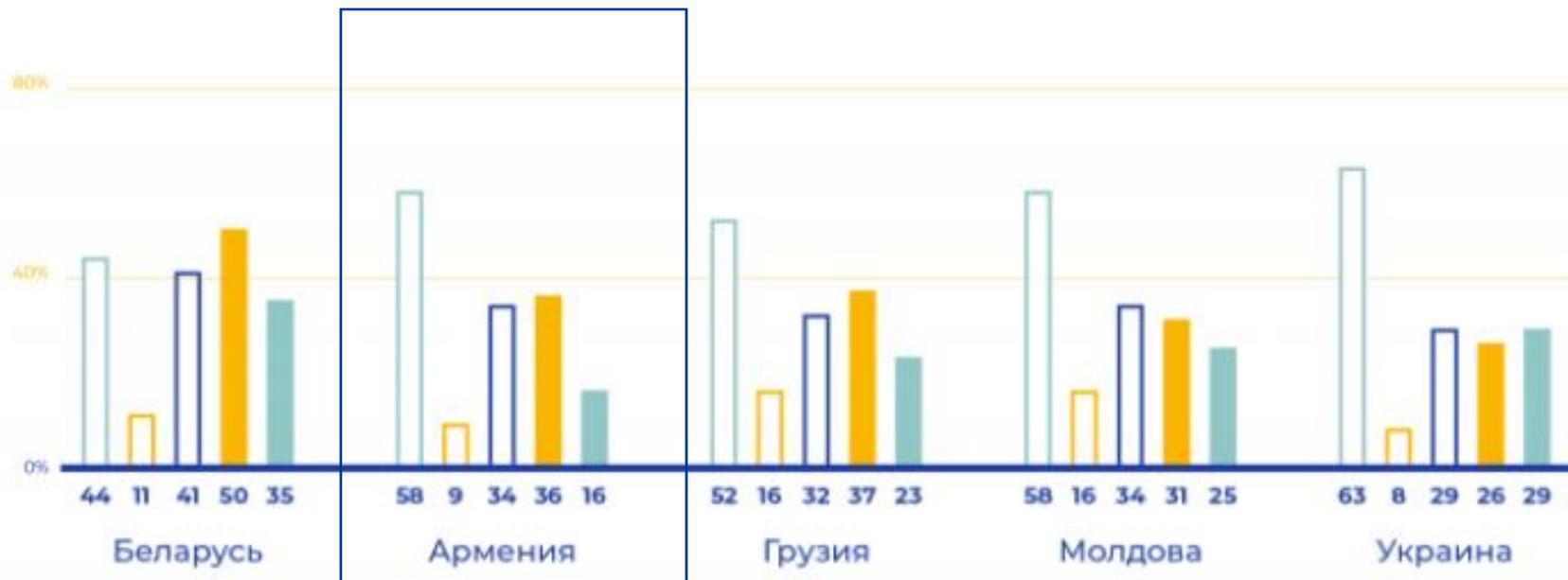


Процент потребления новостей из соцмедиа



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Предпочтительный способ потребления новостей



□ Просмотр видео (YouTube, Facebook, Instagram и другие)
□ Прослушивание аудио (подкасты, онлайн-радио и другое)
□ Чтение новостных статей (на новостных сайтах и в блогах)

■ Чтение постов в социальных сетях
■ Чтение в мессенджерах (Viber, Telegram, WhatsApp, Facebook Messenger и другие)

уровень доверия к ТВ и прессе с каждым годом в Армении падает

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА

- Увеличение использования социальных медиа.
- Развитие онлайн медиа и видео платформ.
- Увеличение спроса на качественный контент.
- Рост мобильного контента и использования приложений.
- Рост рекламного рынка.



МЕДИАРЫНОК БЕЛОРУССИИ

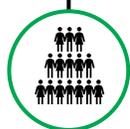


2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



БЕЛАРУСЬ



9,2 млн чел.



207,6 тыс. км²



ВВП: 66,44 млрд. \$



Валюта: белорусский рубль

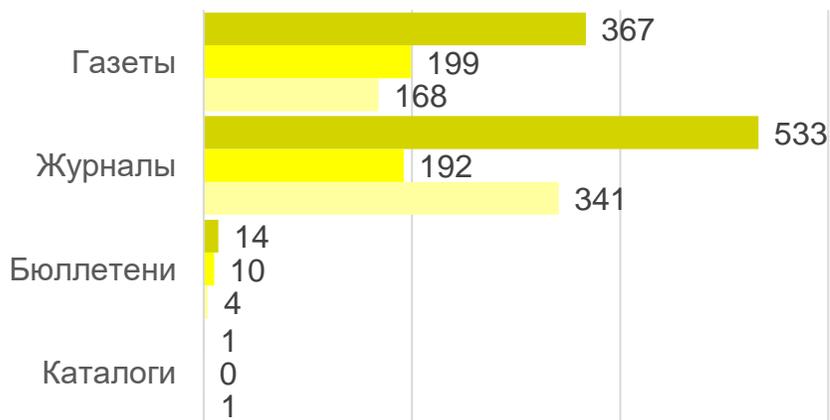


Языки: белорусский, русский

СТРУКТУРА СМИ

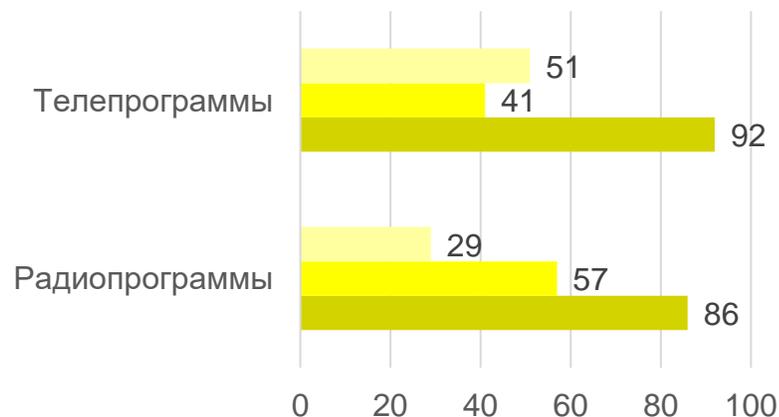


Печатные СМИ



■ Всего ■ Государственные ■ Негосударственные

Электронные СМИ



■ Негосударственные ■ Государственные

Крупнейшие национальные медиакомпании:

- Белтелерадиокомпанию,
- ЗАО «Второй национальный телеканал»,
- ЗАО «Столичное телевидение»,
- Издательский дом «Беларусь сегодня»,
- Издательский дом «Звезда»,
- Белорусское телеграфное агентство.

Независимые издания:

- «Наша Ніва»,
- «Белсат»,
- «Зеркало».

СМИ Союзного государства:

- Газета «Союзное вече»,
- Журнал «Союзное государство»,
- Телерадиовещательная организация «ТРО Союза».

Отраслевые ассоциации:

- [Белорусская ассоциация журналистов](#),
- [Ассоциация рекламных организаций](#).

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

- Конституция Республики Беларусь гарантирует свободу выражения мнения и доступ к информации, а также запрещает цензуру.
- Закон «О средствах массовой информации» закрепляет основные принципы функционирования СМИ, включая запрет цензуры и монополизации.
- 30 июня 2023 года были приняты изменения в закон, которые ограничили деятельность прессы. Были введены требования к функционированию новостных агрегаторов (предусмотрена возможность их блокировки за распространение контента заблокированных сайтов); расширен перечень оснований для лишения СМИ регистрации и ограничения доступа к интернет-ресурсам и т.д.
- Также законодательные ограничения для частных СМИ были введены Указом Президента РБ от 02.11.2021 г. № 426 (пункт №3) и Указом Президента РБ от 31.03.2022 г. № 131.

СВОБОДА ПРЕССЫ

157/180

Место по уровню свободы прессы в рейтинге «Индекс свободы прессы» организации «Reporters without borders» в 2023 г.

3002

Интернет-ресурса были ограничены, частично или полностью, с января по ноябрь 2022 года, согласно БАЖ.

**«Наша Ніва», «Белсат»
и «Зеркало»**

Являются крупными независимыми изданиями, запрещены на территории Беларуси, но остаются популярными среди населения, работая из-за границы.

БАЖ

Белорусская ассоциация журналистов получила награду Форума гражданского общества Восточного партнерства, но позже была признана экстремистской организацией.

ТРАДИЦИОННЫЕ МЕДИА

Медиаметр

Телевидение

Доля зрителей	Возраст
7.3%	4-17 лет
12.8%	18-34 лет
31.5%	35-54 лет
19.9%	55-64 лет
28.5%	65+ лет

Лидеры в 2023 году:
телеканалы Россия-
Беларусь, НТВ-
Беларусь, ОНТ,
Беларусь 1 и МИР.

93%

Населения
смотрели ТВ хотя
бы раз в месяц.

56.8%

Населения
смотрели ТВ
каждый день.

61.9%

Аудитории ТВ
составили
женщины.

92%

Времени зрители
смотрели пять
основных жанров.

- **Летом** – сезонный спад аудиторных показателей телесмотрения.
- **3 часа 21 минута** в день – среднее время просмотра ТВ.
- **18:00-23:30** в будни и выходные – максимальный объем аудитории.
- **Наибольшая активность** просмотра: *Женщины и Мужчины 65+ лет, Женщины и Мужчины 55-64 лет, Женщины 35-54 лет.*
- **378 мин** – наибольшее время просмотра (аудитория 65+).

Подробнее

Информационные агентства

7 агентств. 5 из которых – частные.

Белорусское телеграфное агентство
(БелТА)– самое крупное в Беларуси.

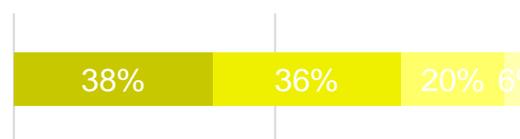
Также действуют офисы
зарубежных информагентств,
таких как ТАСС, «Россия
сегодня» и «Синьхуа».

Радио

Медиаметр

Доля зрителей	Возраст
5%	15-24 лет
17%	25-34 лет
35%	35-44 лет
26%	45-54 лет
18%	55-64 лет

Лидеры в 2023 году:
«Радио РОКС»,
«Радио Юнистар»,
«Новое Радио» и
«Юмор FM».



- радиоприемник
- автомагнитола
- онлайн-средства
- другие средства

27%

Или 729 тыс. чел.
– средний охват в
сутки по городам
в целом .

231 мин.

Среднее время
использования
среди слушателей.

53.4%

Слушателей –
мужчины.

43%

Предпочитают
слушать радио
на работе, 36%
-- в машине,
17% -- дома.

Пресса

Подробнее

- В основном на белорусском и русском языках, иногда на английском и китайском языках.
- Наиболее влиятельные: «СБ. Беларусь сегодня» и «Рэспубліка».
- Популярны местные выпуски крупных российских газет «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты».

Интернет

86,9%

Уровень проникновения интернета в Беларуси в 2023 году*.

44,9%

Активных пользователей социальных сетей*.

**DataReportal*

57%

Трафика приходит со стационарных устройств. 42% -- с мобильных устройств.

Интернет в качестве источника новостей:

- Столица – 46,4%,
- Крупные города – 27,5%,
- Села и «аглогородки» – 54,6%.

Популярные способы потребления новостей:

- Чтение постов в соцмедиа – 50%,
- Просмотр видео – 44%,
- Чтение статей на сайтах и в блогах – 41%.

77,5%

Предпочитают устройства на операционной системе Android.

76,4%

Удерживает основной поисковик в стране – Google.

[Подробнее](#)

ПОРТРЕТ ЧИТАТЕЛЕЙ/ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



84% респондентов исследования лаборатории «Новак» потребляли новости на **русском языке** и **12%** – на белорусском языке.



Национальные новости интересуют практически половину населения (49%). Далее по популярности идут **местные** (34%) и **международные** (35%) новости и экономика страны (30%).



Принадлежность СМИ важна для 72% людей. Их беспристрастность имеет значение для 68%. Политической предвзятостью недовольны 59% людей.



Новостные сайты не отвечают потребностям более трети аудитории (35%). 33% людей **не согласны с повесткой дня источников новостей.** Почти 30% отмечают низкий профессиональный уровень СМИ. 29,73% читателей **проверяют новости** каждый раз, когда их читают.



Государственным СМИ доверяют 73,5% пенсионеров, 42,3% работающих и 32,4% студентов и учащихся.

Доля пользователей новых медиа уже превышает долю пользователей традиционных источников информации

[Подробнее](#)

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Wunder Digital

- **4,27 миллиона человек (44,9%)** -- пользователи социальных сетей в Беларуси на январь 2023 года.
- В последние два года на 14% больше людей утверждают, что **сократили время на соцсети**, а на 11% больше считают, что они вызывают тревожность.
- **95,7%** пользователей выходят в соцсети с **мобильных устройств**.
- Наибольшей популярностью пользуется приложение **TikTok** с 4,7 млн. пользователей.
- Среди мессенджеров наиболее распространены являются **Telegram** и **Viber**.
- **56,2%** пользователей социальных сетей Беларуси составляли **женщины**, а **43,8%** – **мужчины**.

Pinterest

В 2023 году Pinterest стал лидером по привлечению трафика на веб-сайты с долей в 25,55%, обогнав **ВКонтакте** (15,16%) и **Instagram*** (13,23%).

18,58% пользователей соцсетей в Беларуси пользуются Pinterest.

Женщины в возрасте от 24 до 54 лет -- 85% аудитории.

DataReportal

Telegram

Популярные темы для контента: новости (82%), развлечения (59%), политика (59%), образование (55%).

Среди аудитории 42% – женщины, а **58% – мужчины**. По возрасту больше пользователей **от 25 до 34 лет** (29,4%), но активны люди всех возрастов.

TgStat

<u>DataReportal</u>	Число пользователей	Мужчины/ женщины	Потенциальный охват с 2022 по 2023 гг.
Facebook*	662 тыс.	37.4%/ 62.6%	-6.1%
Instagram*	3,40 млн.	38.2/ 61.8%	-8.1%
TikTok	4,27 млн.	43.8%/ 56.2%	+38.8%
LinkedIn	800 тыс.	48.5%/ 51.5%	+9.6%
Twitter	230,9 тыс.	62.3%/ 37.7%	+23.2%

* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

ВКонтакте

Аудитория по полу примерно одинаковая.

Более половины пользователей Беларуси – 67,4% – молодая аудитория, в возрасте **15-34 лет**.

Месячная аудитория «Дзена» в Беларуси составляет **1,7 млн человек**.

RB.RU

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК

В основном рекламируются белорусские и российские производители. Западные компании, хотя и продолжают торговать своими продуктами, пока держат рекламную активность на паузе.

 На **телевидении** в 2023 году заметно вырос объем рекламы фармацевтических компаний. Также часто рекламируются мобильные операторы, сеть по продаже техники «Пятый элемент», чипсы «Lay's», продуктовый гипермаркет «Санта» и туристическое агентство «Turkish Tourist Board». Из зарубежных компаний активнее всего на телевидении размещаются «PepsiCo» и «Danone».

В **наружной** рекламе преобладают следующие сферы: игровой бизнес, беттинговые компании, бытовая техника, интернет-магазины, автобизнес (в основном – китайские автомобили).

 К 2022 году **доля интернета** среди рекламных каналов выросла до **54%**. Интернет активно конкурирует с телевидением, которое занимает второе место среди популярных каналов (23%), а также с радио и наружной рекламой (по 11%).

Наибольшая часть рекламного бюджета приходится на **Google Ads**. Рекламодатели все больше обращают внимание на **digital audio**, включая платформу Spotify.

 На рынке есть **перспективные сегменты**. Например, маркетплейсы, банки и финансовые услуги.

[Подробнее](#)



Объем: 56,78 млн. \$

Крупнейшие рекламные агентства

- AIDA Pioneer Group,
- Salmon Graphics,
- TDI Group.

В ближайшей перспективе рекламный бизнес не ожидает серьезного прорыва.

Рост объемов рекламы в 2023 году:

- Интернет-реклама (около 15%),
- «Наружка», радио и ТВ (по 10%),
- Печатные СМИ вышли в ноль.

В начале 2024 года были приняты **поправки в закон о рекламе**, которые расширили возможности участников рынка. В первую очередь это касается радио и телевидения, где увеличено время размещения рекламы в прайм-тайме, в том числе пива и игорных заведений, а также разрешена реклама алкоголя.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА



- Новые принятые законодательные изменения расширяют возможности рекламы.
- Увеличение значимости новых медиа и цифровых платформ.
- Независимые издания продолжают свою работу из-за границы и сохраняют большую аудиторию.
- Рекламный рынок Беларуси показывает некоторый рост, особенно в digital-сегменте.
- Традиционные медиа продолжают оставаться популярными источниками информации, особенно среди старшего поколения.



- СМИ находятся под строгим контролем государства.
- Новые принятые законодательные изменения уменьшают свободу прессы.
- Государственные СМИ подвергаются санкциям на международном уровне.
- Многие независимые издания запрещены на территории Беларуси.
- Перспективы прорыва рекламного рынка в ближайшее время не предвидятся.



МЕДИАРЫНОК КАЗАХСТАНА



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



КАЗАХСТАН



20 млн чел.



2724,9 тыс. км²



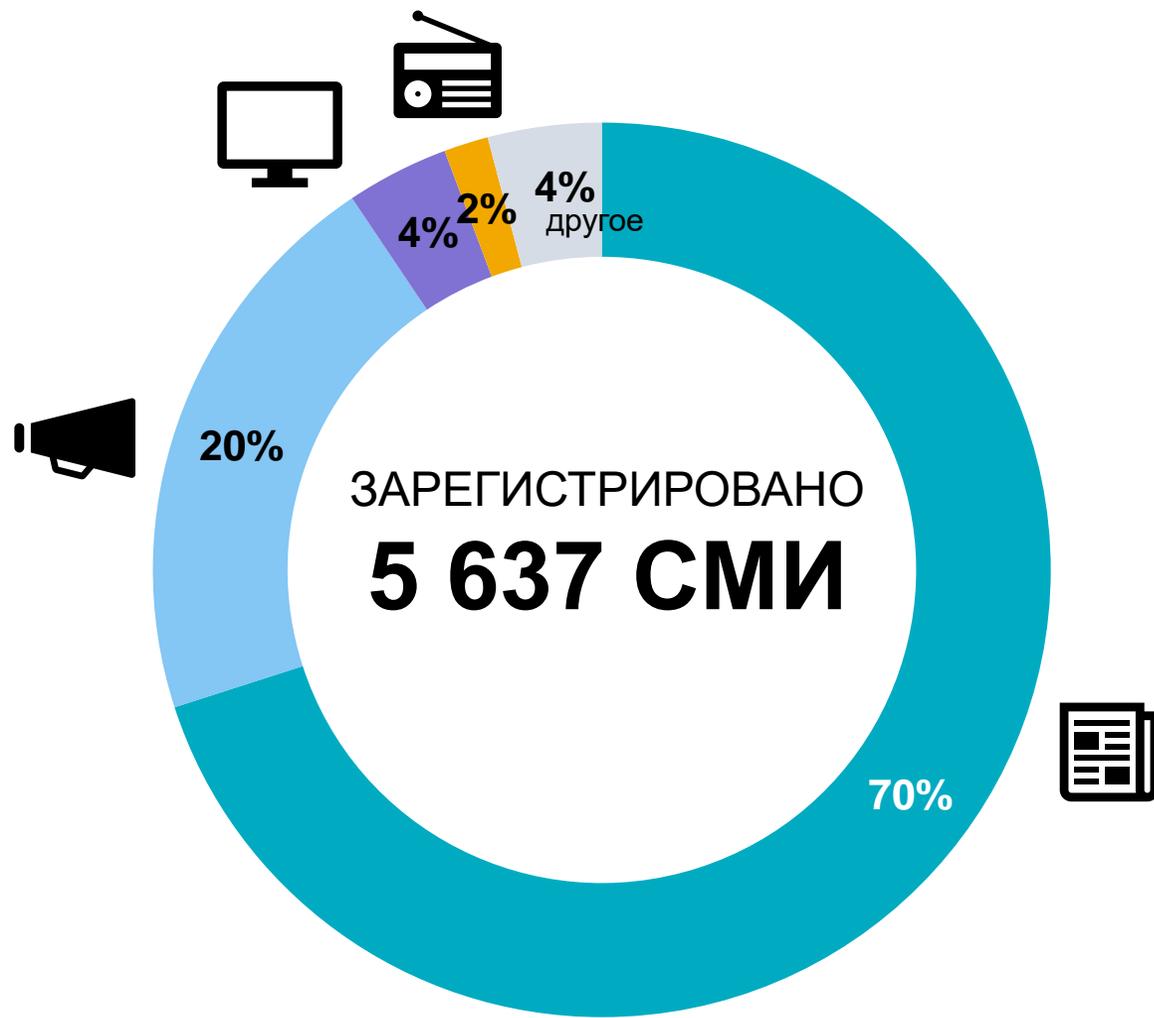
ВВП 225 млрд \$.



Валюта: тенге



ЯЗЫКИ: казахский, русский



СТРУКТУРА СМИ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И РЕГЛАМЕНТЫ В МЕДИА

"Казахская служба хорошо известна своей жесткой и надежной отчетностью. Массовый отказ властей в аккредитации журналистов издания на таких надуманных основаниях вызывает глубокую озабоченность и серьезно подрывает заявленную приверженность президента Токаева свободе прессы"

Committee to Protect Journalist ([CM](#))

- Закон Республики Казахстан О СМИ от 23 июля 1999 года № 451-І
- Закон Республики Казахстан О доступе к информации от 16 ноября 2015 года № 401-V ЗР
- Запрет на цензуру в Казахстане документально закреплён в статье № 20 Конституции Республики Казахстан; эксперты считают, что он отражён лишь на бумаге, а де-факто не действует
- Занимает **134 место** в индексе свободы прессы

ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ РЫНКА



ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- Inform
- Liter
- Nur Media
- Khabar Agency
- Khazah TV
- Vremya
- Kazinform



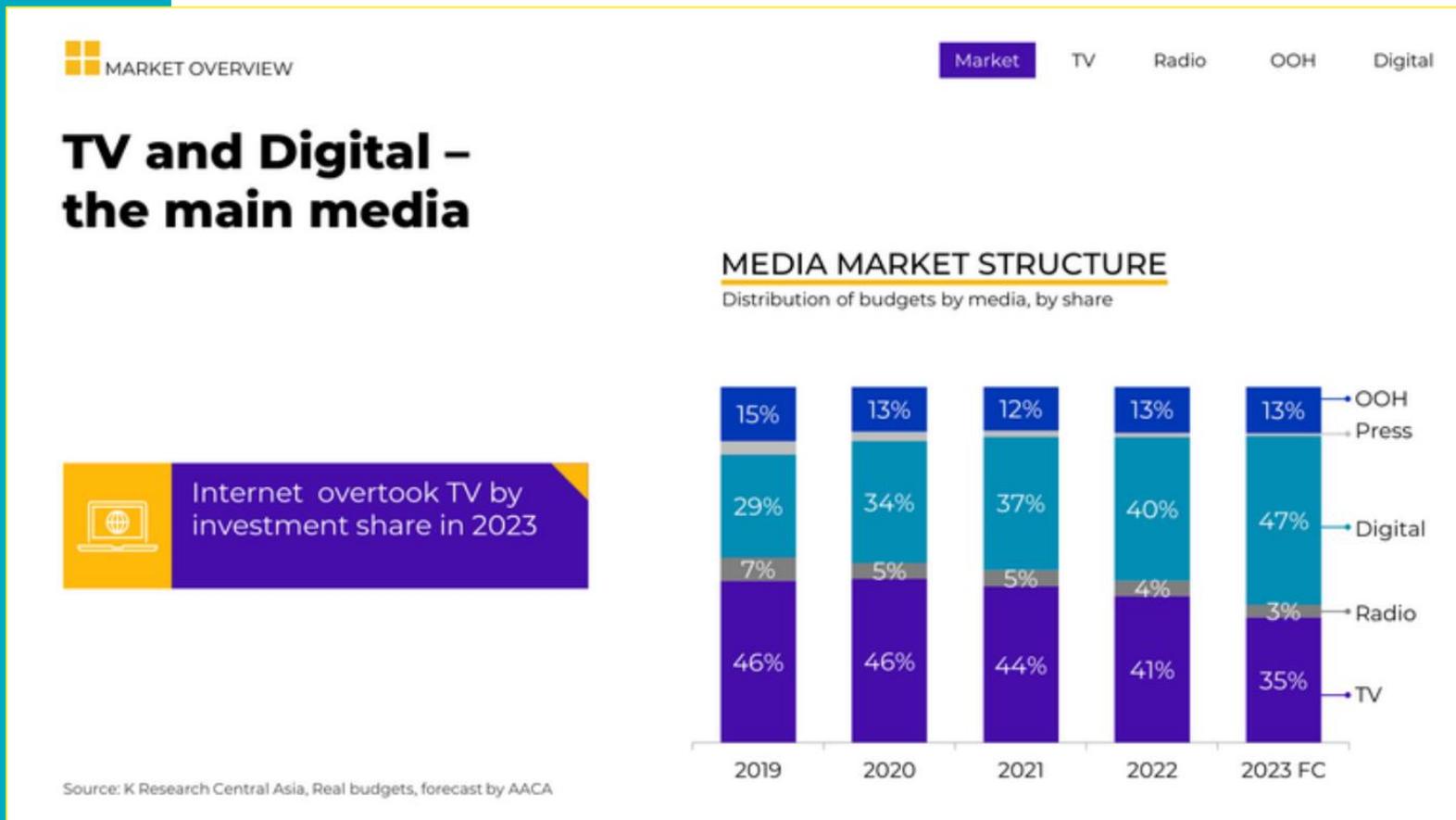
ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ

- Союз журналистов
- Национальная ассоциация телерадиовещателей
- Ассоциация кинематографистов

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

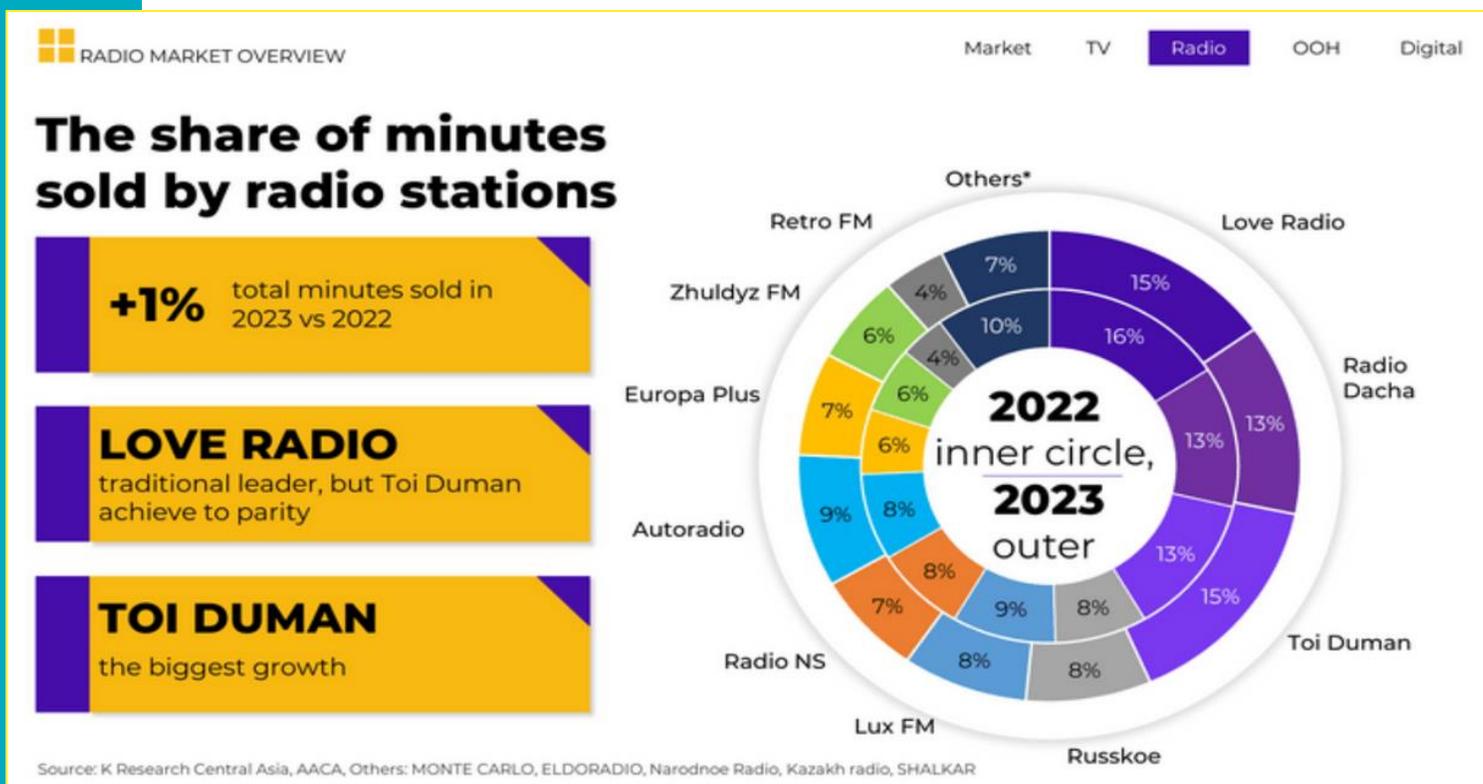
Доля Digital в 2023-м году составила 47%, ТВ – 35%. В 2022-м на Digital приходилось 40%, на ТВ – 41%. В 2023 году произошла смена лидера и впервые на первом месте находится Digital.

ТВ И ДИДЖИТАЛ ЯВЛЯЮТСЯ ГЛАВНЫМИ
МЕДИА КАЗАХСТАНА



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Доля радио в структуре медиарынка страны неуклонно уменьшается: с 7% до 3% за последние 4 года.



КРИЗИС ПЕЧАТНЫХ СМИ

Пять лет – с 2018 по 2023 года –
наблюдалась отрицательная динамика.

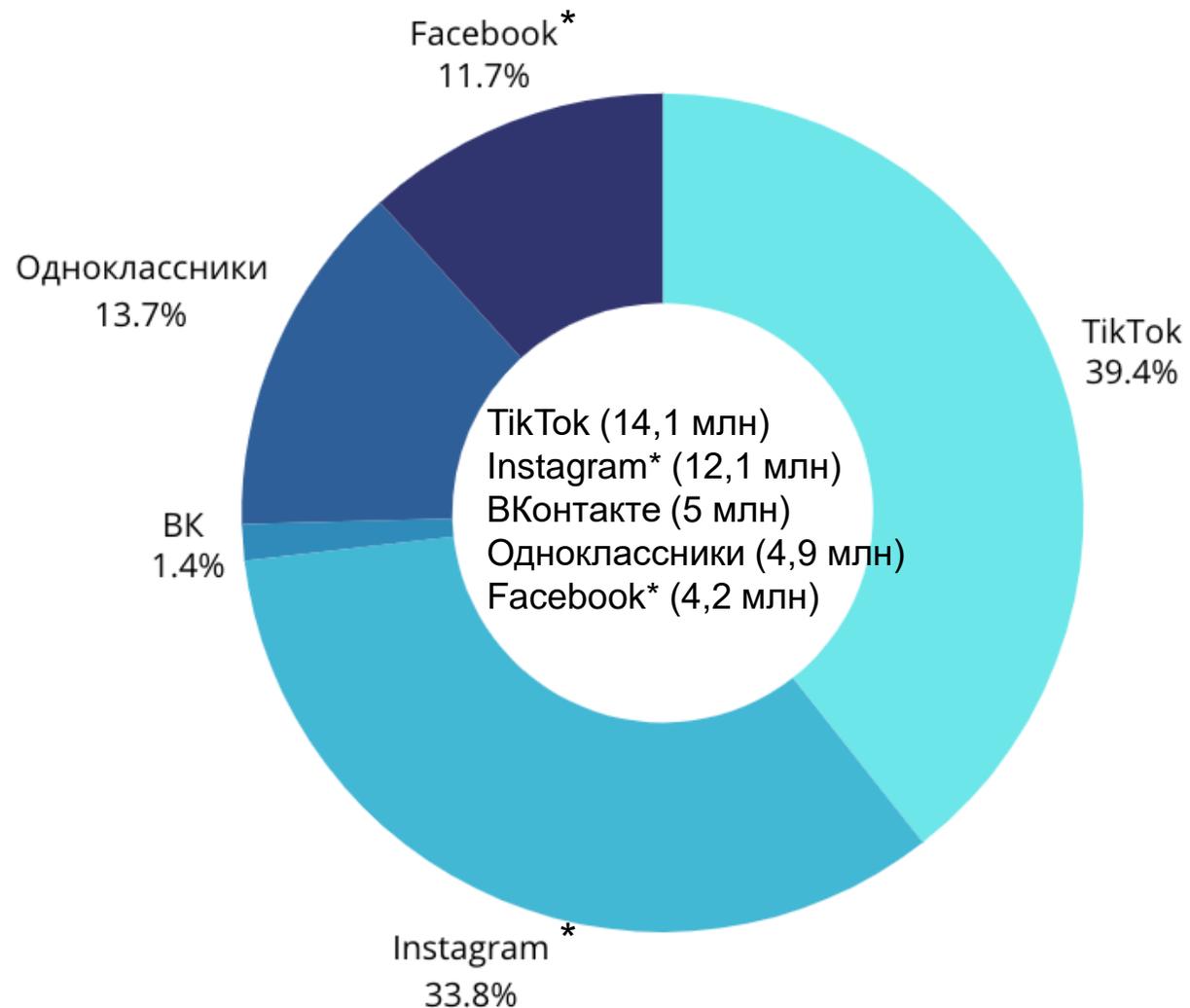
МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ

- Популярность печатных СМИ снижается в связи с ростом интернет-медиа. Ухудшение финансового положения редакций, которые столкнулись с ростом затрат на печать бумажных версий, спровоцировало отток рекламодателей из прессы в онлайн-СМИ и на ТВ.
- Наиболее крупными представителями этого сегмента медиарынка Казахстана являются такие газеты и журналы, как «Капитал», «Казахстанская правда» и «Карван».

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Социальные сети (ВКонтакте и Facebook*) имеют разные возрастные характеристики своих пользователей. У ВКонтакте наиболее активная аудитория представлена возрастной когортой 25–34 лет. Здесь молодые люди общаются, делятся контентом и находят новых друзей. В отличие от ВКонтакте, Facebook* привлекает более зрелую аудиторию, основным сегментом которой являются люди 35–44 лет. Это наиболее платежеспособная часть, которая может быть интересна рекламодателям. Instagram* является популярным источником новостей

Топ социальных сетей



* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Русский язык по-
прежнему остается
ОСНОВНЫМ В
БОЛЬШИНСТВЕ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Социальные сети

Распределение по языкам

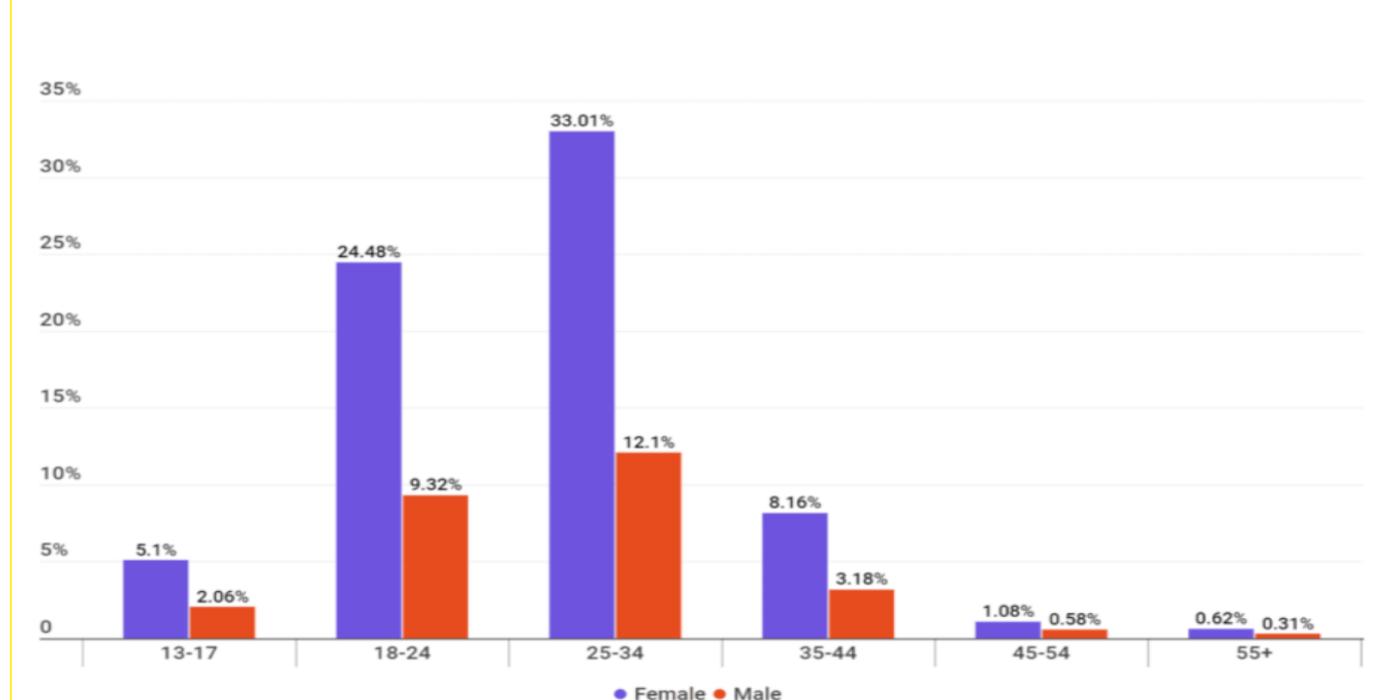


Другие языки: киргизский, английский и др. Язык не определен: эмодзи, короткие сообщения с ошибками, хэштеги и др.

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

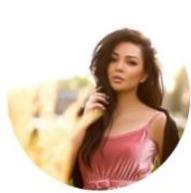
Инфлюенсеры Казахстана пользуются популярностью преимущественно среди женской аудитории 18 - 34 лет.

Influencer's audience in Kazakhstan



Топ инфлюенсеров Казахстана:

- 1) Ерболат Жанабылов
- 2) Ерке Есмахан
- 3) Сергазы Токтарбек
- 4) Кайрат Нуртас
- 5) Эльмира Толегенова

		
Жания Джуринская @djurinskaya	Айжан Байзакова @bayzakova	Биржан Ашим @birzhanashim
Актриса Fashion/beauty blogger	Insta mum lifestyle blogger Путешествия	Humour blogger Сарказм Агрессивный контент
Количество подписчиков: 2m+	Количество подписчиков: 2m+	Количество подписчиков: 1m+

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА

- В 2024 ключевым моментом для бизнеса является привлечение внимания целевой аудитории через социальные сети. Для этого необходимо использовать все возможности платформ, т.е. таргетированная реклама, инфлюэнс-маркетинг и комьюнити-маркетинг.
- Телевидение продолжает удерживать конкурентоспособное положение среди традиционных медиа.
- Государственная поддержка телеканалов играет важную роль в обеспечении их конкурентной позиции.
- Внедрение новых законодательных актов также может влиять на объем аудитории и ее доверие к наиболее охватным каналам продвижения.
- Благодаря активной поддержке государства и наличию квалифицированных кадров, digital-рынок обещает быть весьма перспективным, учитывая растущее число пользователей интернета и мобильных устройств.



МЕДИАРЫНОК КЫРГЫЗСТАН



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



КИРГИЗИЯ



7,16 млн чел.



199,9 тыс. км²



ВВП 11,5 млрд \$



Валюта: сом



ЯЗЫКИ: киргизский, русский

СТРУКТУРА СМИ

1,9 тыс.

зарегистрированных СМИ*

+12%

динамика количества СМИ за последние 5 лет

*По данным [НацСтатКома](#) Киргизии



72

Основные [интернет-издания](#)



158

ТВ



30

Радио



5

Ведущие информационные агентства

ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ РЫНКА



КРУПНЫЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- Салам
- Раритет
- Слово Кыргызстана
- Вечерний Бишкек

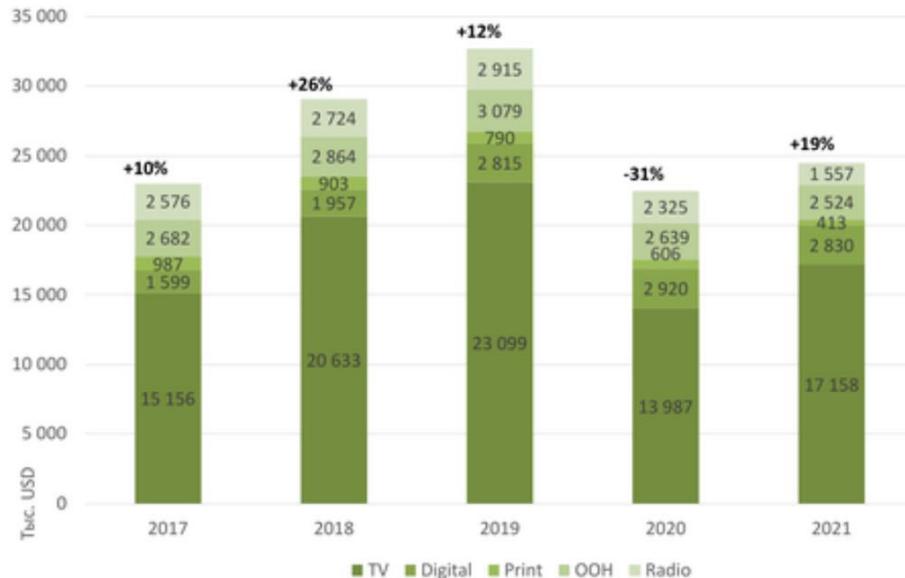
ОБЪЕМЫ РЫНКА

24 482 \$



Медиа-рынок Кыргызстана

Рекламные расходы по видам медиа



Медиа инфляция, USD	2021
Итого по рынку	6%
ТВ	2,8%
Радио	5%
ООН	6%
Пресса	1%
Интернет	10%

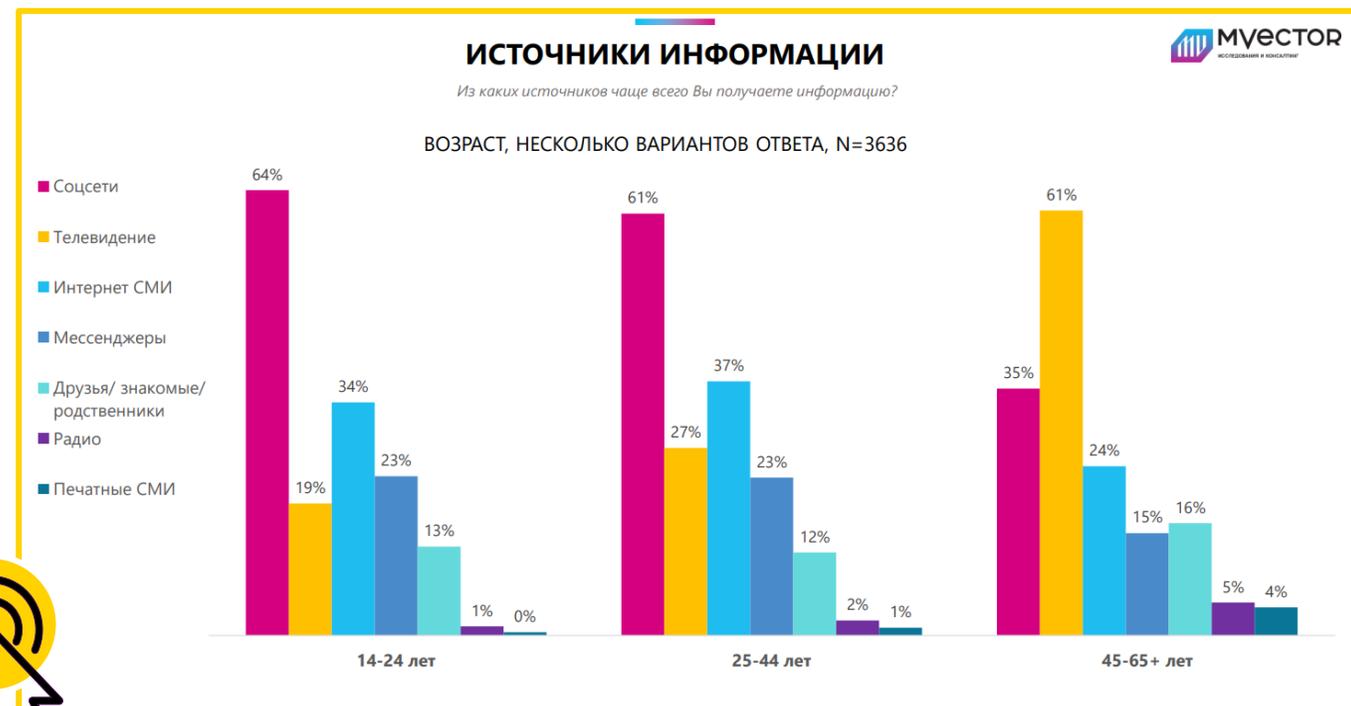
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В КИРГИЗИИ

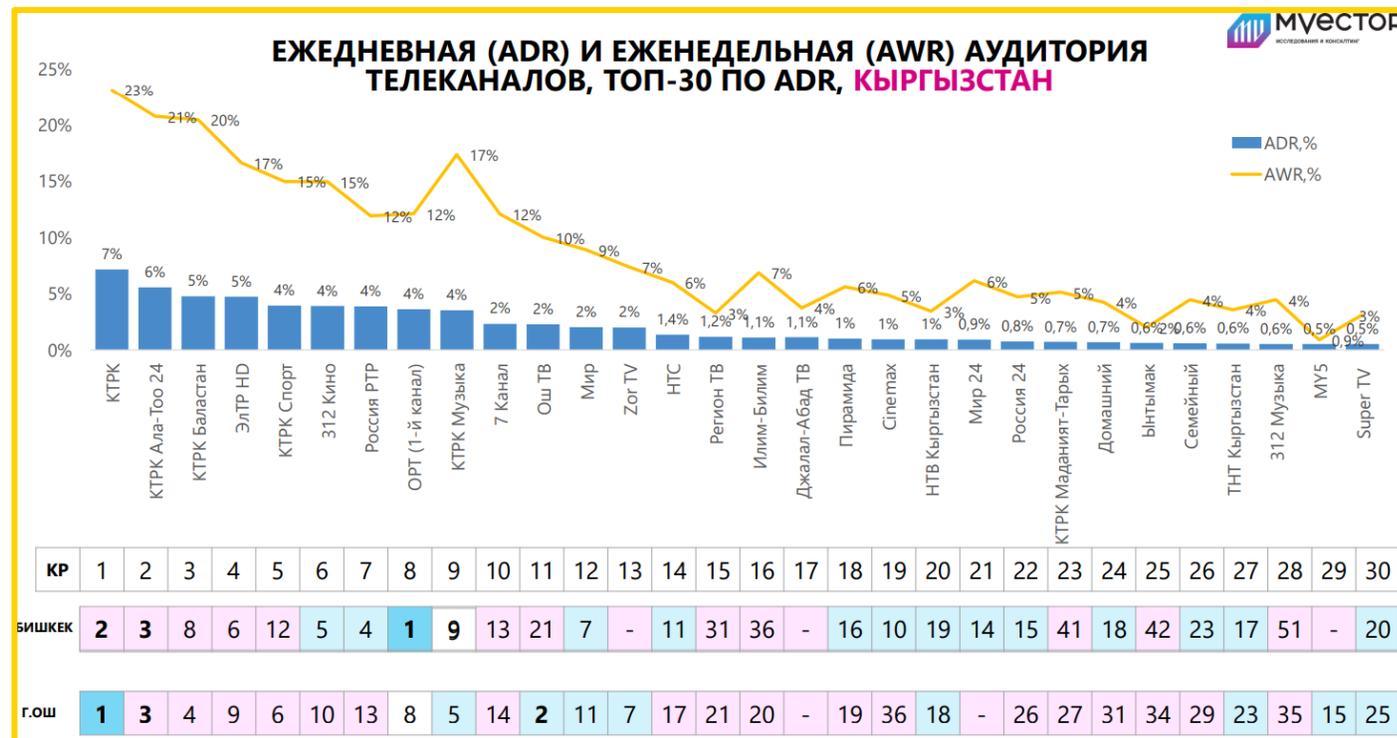
ТВ-программы остаются
важнейшим источником
информации для
старшего поколения,
однако общее число
активных зрителей
снижается.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



ТВ ПРОГРАММЫ

Наиболее просматриваемыми каналами являются КТРК, КТРК Ала-Тоо 24, КТРК Баластан, ЭлТР HD.



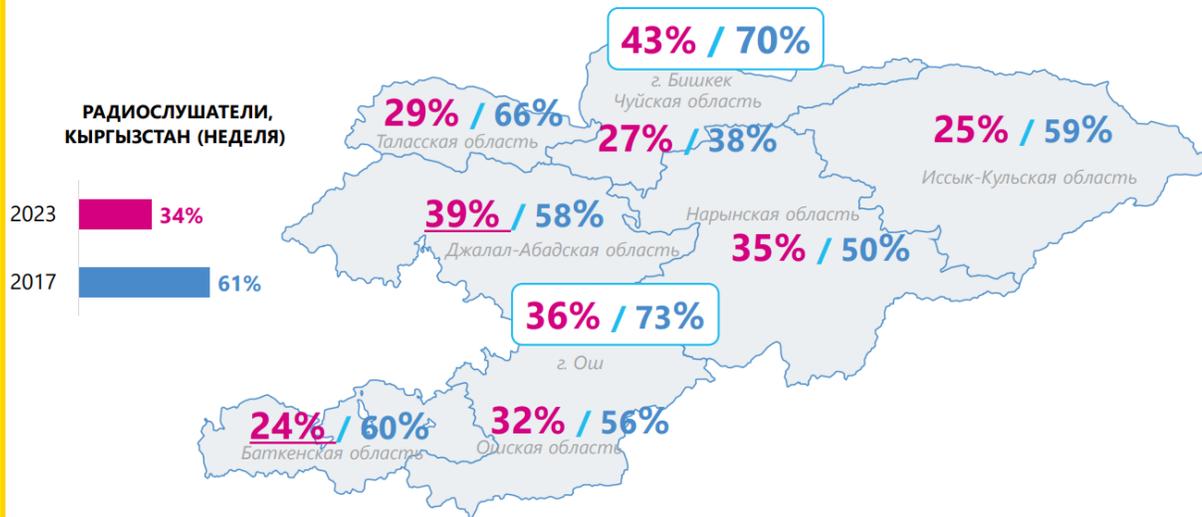
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



РАДИО

Прослушивание радиопрограмм теряет популярность.

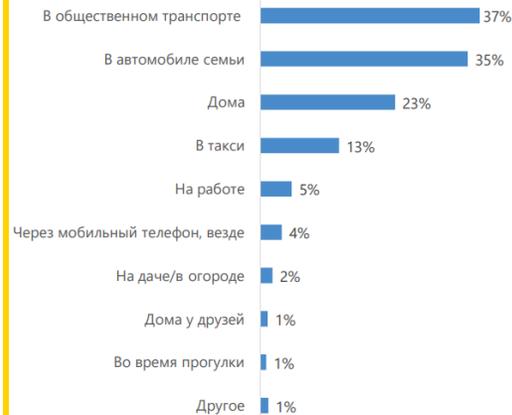
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАДИОСЛУШАТЕЛЕЙ ПО РЕГИОНАМ (НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ)



МЕСТО И УСТРОЙСТВО ДЛЯ ПРОСЛУШИВАНИЯ РАДИО



ГДЕ ВЫ СЛУШАЕТЕ РАДИО? НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА. N=1219



С ПОМОЩЬЮ КАКОГО УСТРОЙСТВА ВЫ СЛУШАЕТЕ РАДИО? НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА. N=1219

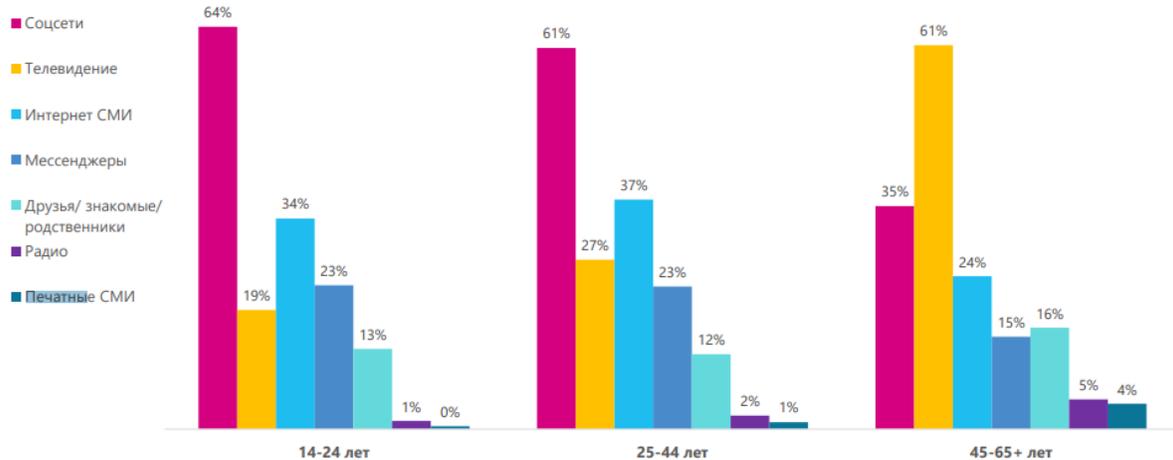


ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Из каких источников чаще всего Вы получаете информацию?



ВОЗРАСТ, НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА, N=3636



ПЕЧАТНЫЕ СМИ

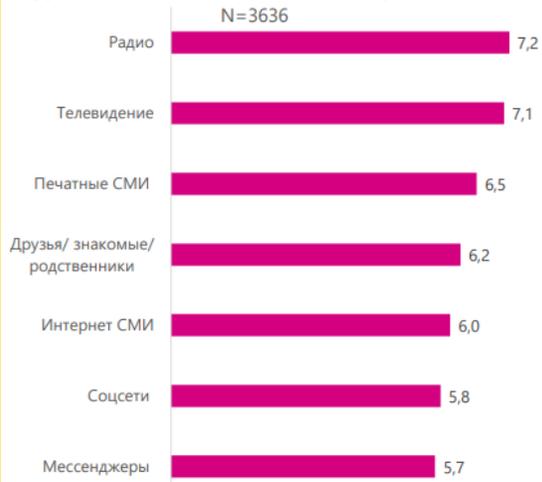
Количество пользователей уменьшается. Основная аудитория – люди от 45 лет.

ДОВЕРИЕ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

Насколько по 10-балльной шкале Вы доверяете информации? Где 1 – совсем не доверяю и 10 – полностью доверяю



ДОВЕРИЕ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ, 2023, N=3636



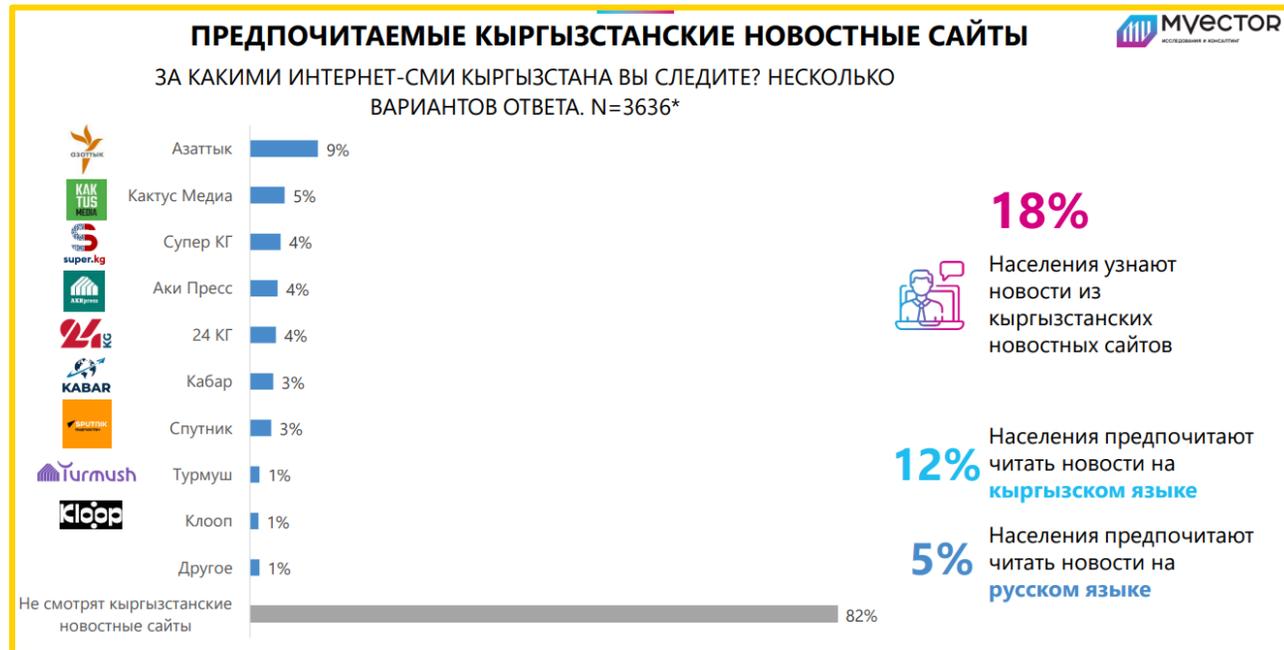
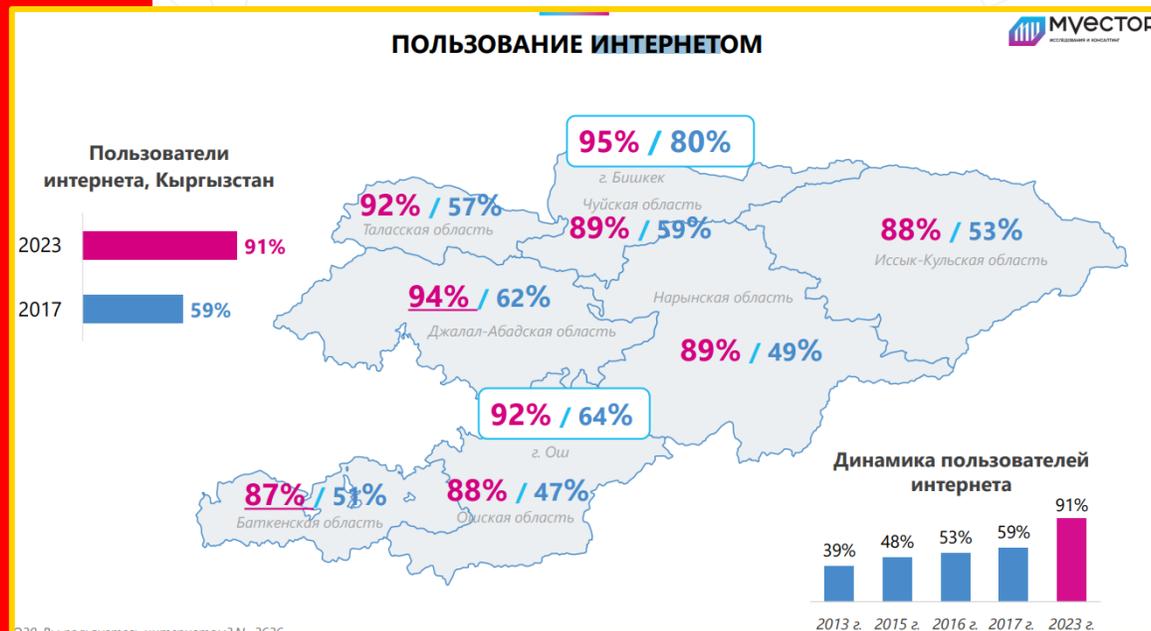
ДОВЕРИЕ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ, 2017, N=2167



ИНТЕРНЕТ

Уровень проникновения интернета повышается с каждым годом.

Наиболее популярные интернет-СМИ: «Азаттык», «Кактус медиа», «Супер КГ».

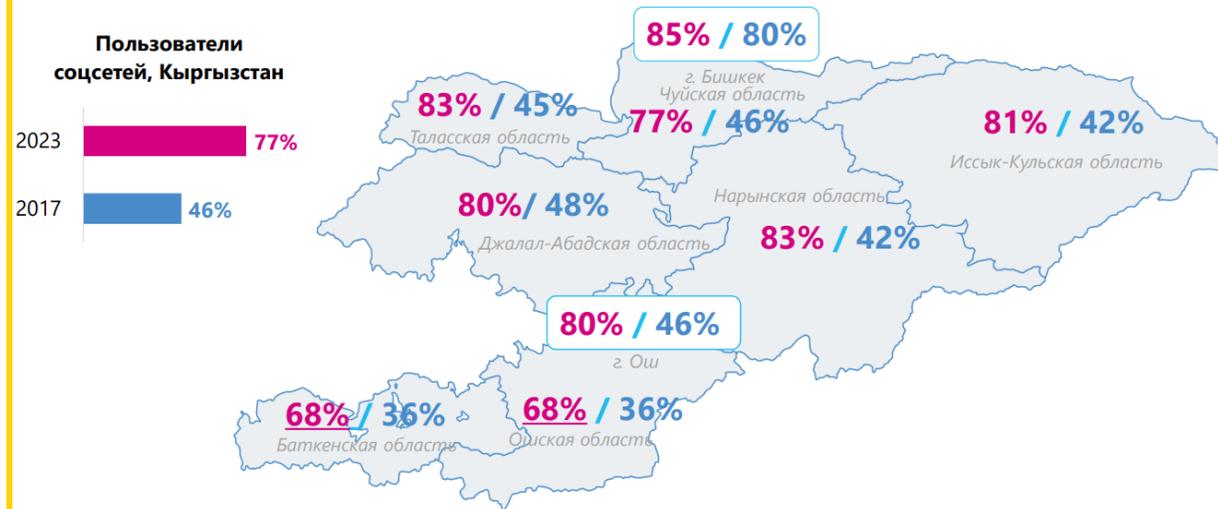


СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Количество пользователей социальных сетей растет.

Социальные сети – основной источник информации у молодежи.

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КЫРГЫЗСТАНЕ

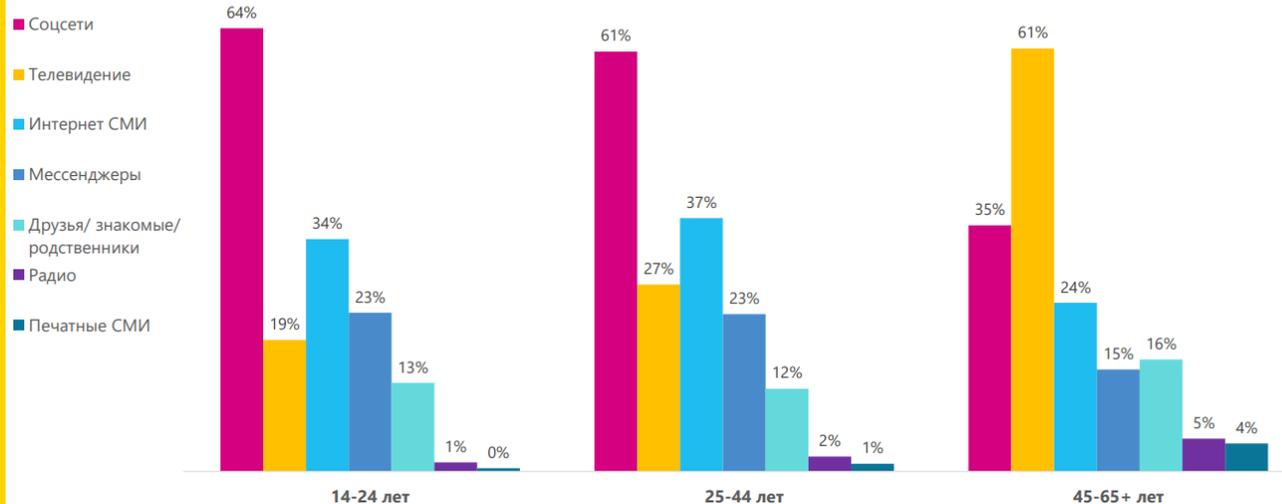


ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ



Из каких источников чаще всего Вы получаете информацию?

ВОЗРАСТ, НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА, N=3636



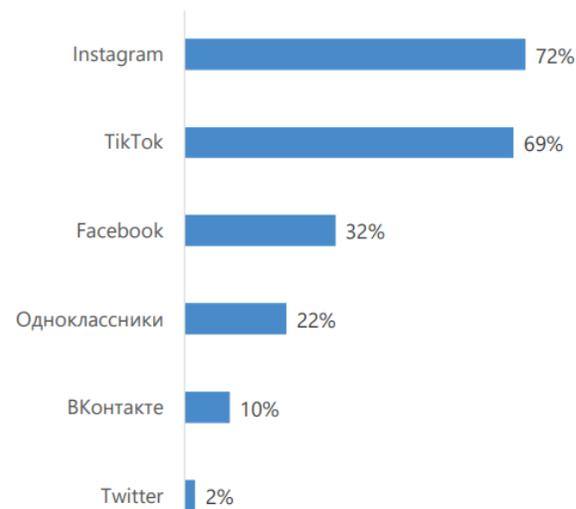
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Наиболее популярны социальные сети Instagram* и TikTok.

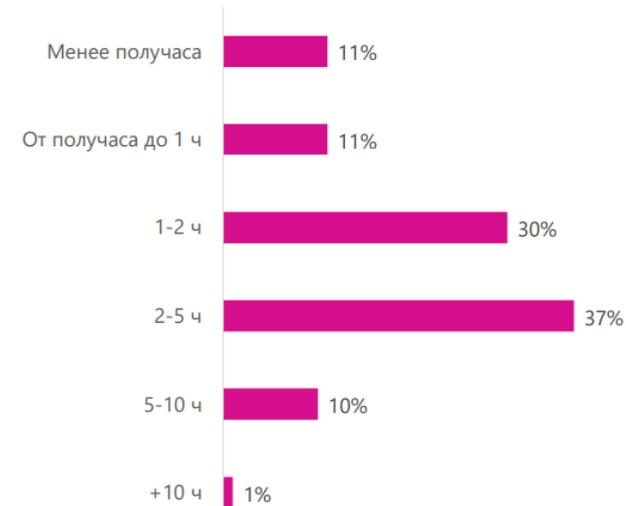
Социальные сети используются в основном для потребления развлекательного и новостного контента.

* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

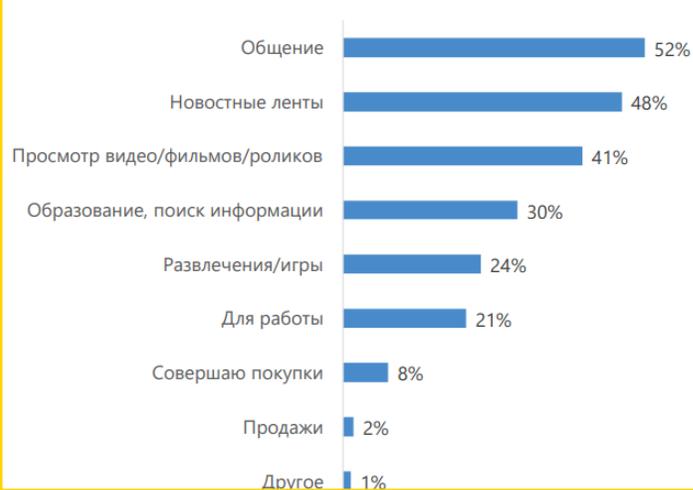
ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ СЛЕДУЮЩИМИ СОЦСЕТЯМИ? НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА. N=2810



СКОЛЬКО ЧАСОВ В СРЕДНЕМ В ДЕНЬ ВЫ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ СОЦСЕТЯМИ? N=2810



ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ ВЫ В ОСНОВНОМ ИСПОЛЬЗУЕТЕ СОЦСЕТИ? НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТА. N=2810



НА КАКОМ ЯЗЫКЕ ВЫ БОЛЬШЕ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ СОЦСЕТЯМИ? N=2810



ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА



ПОЗИТИВНЫЕ

- На данный момент происходит активное развитие социальных медиа.
- Традиционные СМИ не теряют актуальности, вызывают большее доверие.
- Увеличивается количество людей, потребляющих информацию из интернет-СМИ.
- Социальные сети используются для потребления развлекательного контента, могут стать основными источниками новостей.



НЕГАТИВНЫЕ

- Число потребителей и популярность печатных СМИ уменьшается.
- Ужесточается цензура.
- Социальные сети как источник новостной информации не вызывают доверия.
- Доверие к государственным СМИ снижается.



МЕДИАРЫНОК МОЛДАВИИ



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



МОЛДАВИЯ



2,6 млн чел.



33,7 тыс. км²



ВВП 300,4 млрд



Валюта: лей



ЯЗЫКИ: молдавский,
румынский, русский

СТРУКТУРА СМИ



308

Печатные издания



103

Интернет-издания



63

ТВ



61

Радио

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



СТРУКТУРА РЫНКА: ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ



КРУПНЫЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- Cartea Moldovei (Книга Молдовы)
- AGEPI (Агентство)
- Univers Pedagogic (Педагогическая Вселенная)
- Știința (Наука)
- Tehnica-Info (Техника-Информация)



ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация информационных технологий и коммуникаций Молдовы (АИТКМ)

ОСНОВНЫЕ СМИ

ТВ

- Prime
- Moldova One
- Канал 2

Газеты и журналы

- Журнал де Чишинэу
- Трибуна
- Курьерул национал

Радио

- Kiss Fm
- HIT FM
- Noveo Radio

Веб-сайты

- noi.md
- unimedia.md
- zdg.md

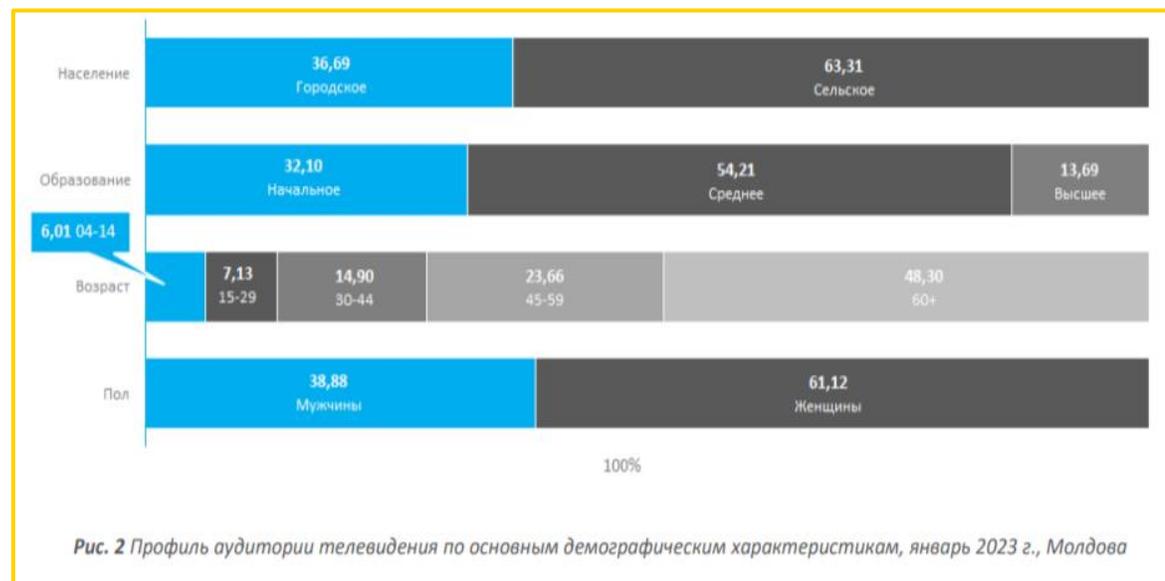
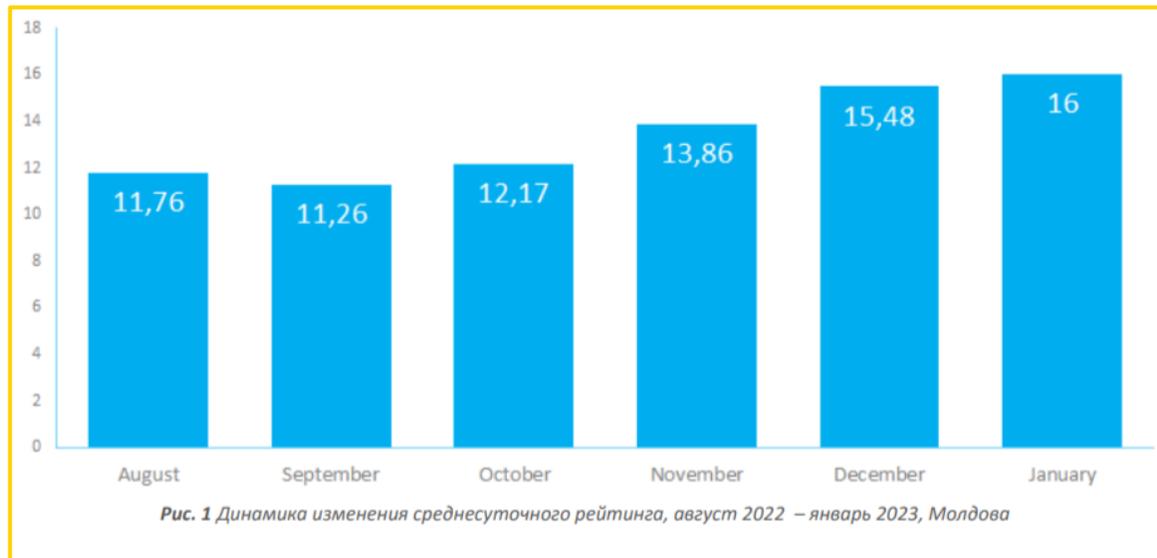
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

- Закон «О средствах массовой информации» от 6 января 2017 года № 9-ЗИД-VI
- Закон «О доступе к информации» от 9 июня 2023 года № 148
- Закон «О рекламе» от 17 марта 2022 года № 62

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Телевидение

Рейтинг просмотра ТВ увеличился на 4,7. Время просмотра телевидения сокращается среди молодежи, в то время как у старшего поколения остается на прежнем уровне.



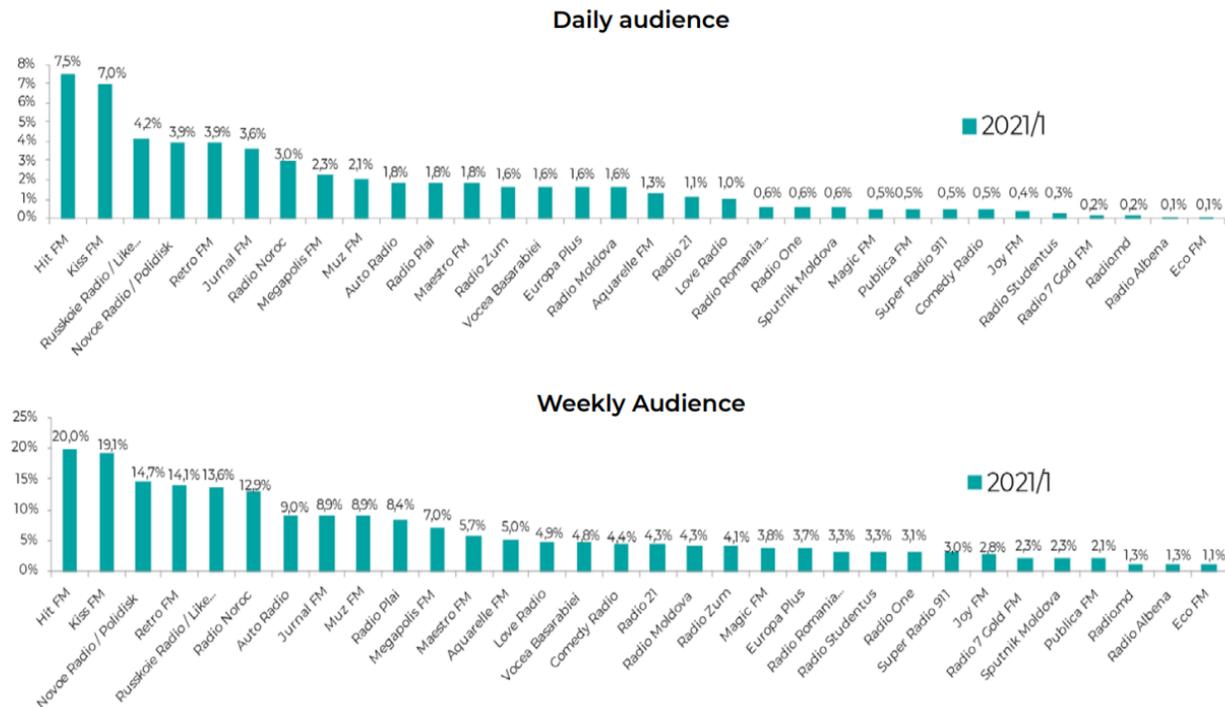
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Радио

Figure 13: Daily and Weekly Audience Ratings for 32 Radio Stations in 2021



Радиостанции в Молдавии транслируются на разных языках, но самыми популярными остаются российские радиостанции.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ Интернет

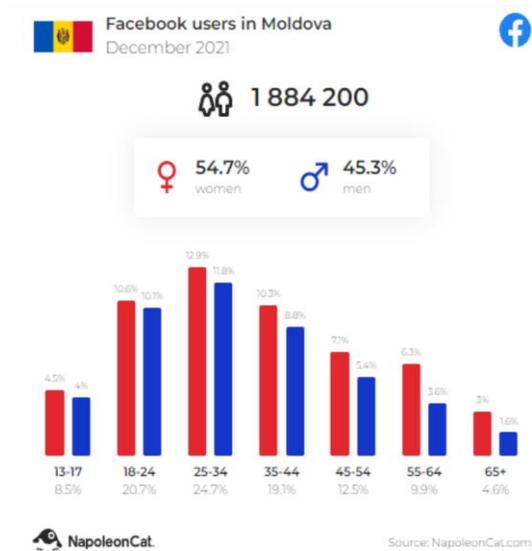
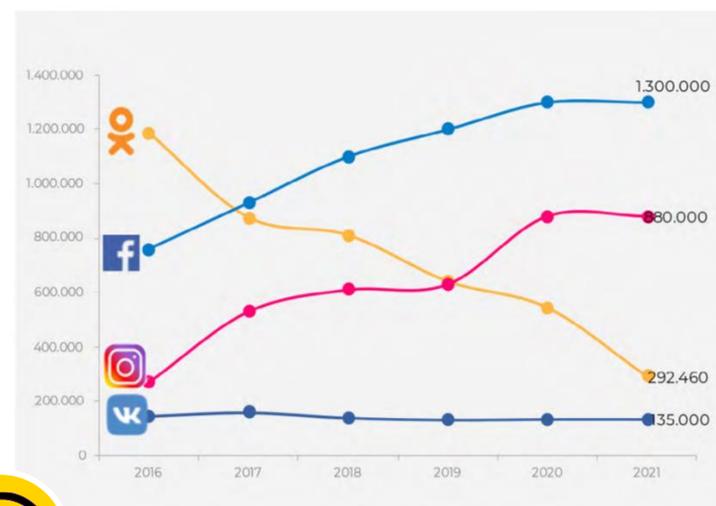
В 2021 году произошли значительные изменения молдавских пользователей в Интернете. Количество людей, смотрящих сайты и социальные сети значительно выросло.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)

Table 26: Traffic and Audience Figures for News Sites in November 2021

No	News websites	Real users	Page views	Visits	Time (seconds)
1.	noi.md	313.577	2.020.602	1.180.626	123.602.067
2.	unimedia.md	310.774	6.894.733	2.170.281	382.131.743
3.	zdg.md	277.900	1.369.734	1.054.023	82.274.508
4.	sputnik.md	273.530	1.131.885	756.619	54.297.449
5.	newsmaker.md	265.409	1.399.237	878.614	89.383.633

Figure 24: Number of Users of the Top Four Social Networks in Moldova from 2016 to 2021





МЕДИАРЫНОК ТАДЖИКИСТАНА



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



ТАДЖИКИСТАН



10 млн чел.



143 тыс. км²



ВВП 10,5 млрд. \$

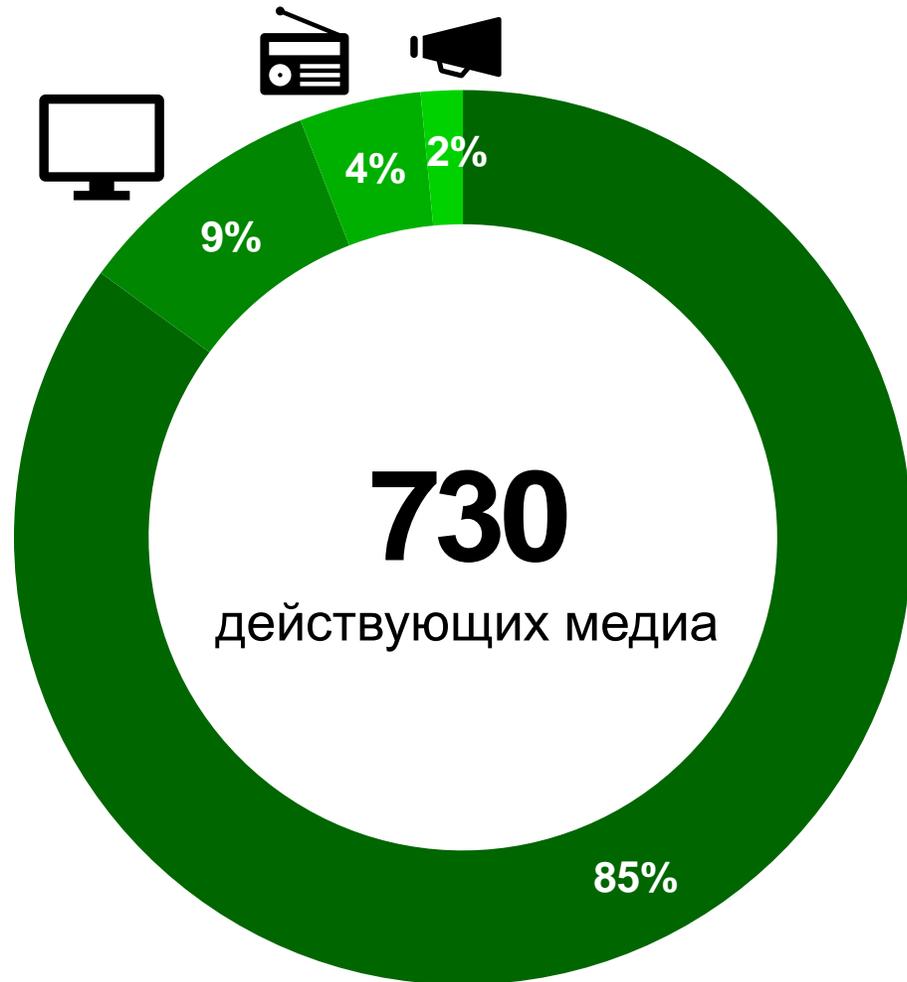


Валюта: сомони



**Языки: таджикский,
русский**

СТРУКТУРА СМИ



621

Печатные издания



66

ТВ



32

Радио



11

Информационные агентства

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ РЫНКА



ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- «ИРФОН»
- «АДИБ»



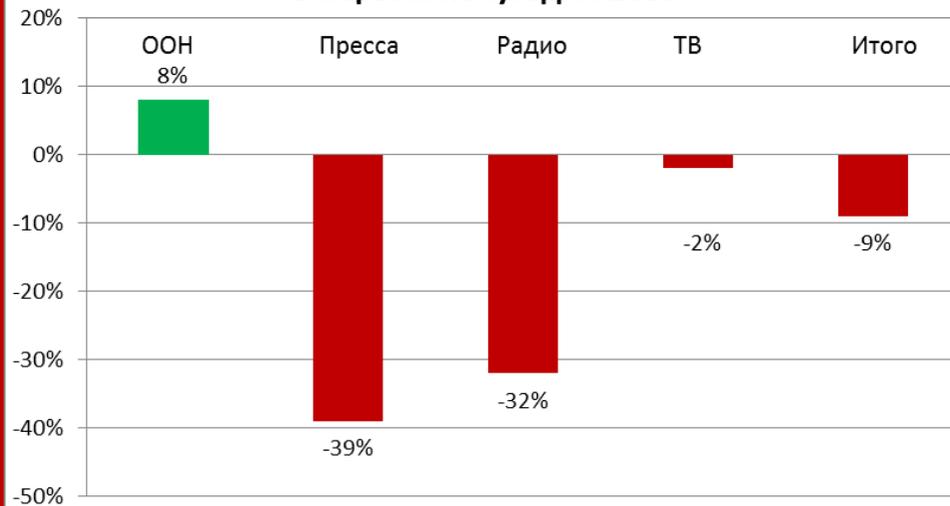
ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ

- «Национальная ассоциация независимых СМИ Таджикистана» (НАНСМИТ)
- «Рекламная Ассоциация Таджикистана»
- «Союз журналистов Таджикистана»

ОБЪЕМЫ РЫНКА 10 МЛН \$



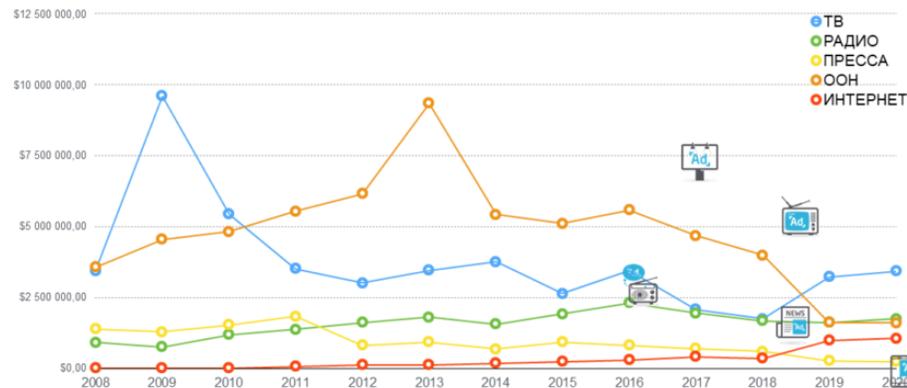
Как изменился рынок рекламы в Таджикистане в первом полугодии 2020



Рост инвестиций в
Out-of-Home в 2020
(сравнение с 2019)

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

All Media



SOURCE: KTM ©MMO 2021

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

1. Закон Республики Таджикистан от 1 августа 2003 года №34 «О рекламе», <https://bit.ly/3TY6hgl>
2. Закон Республики Таджикистан от 19 марта 2013 года №961 «О периодической печати и других средствах массовой информации», <https://bit.ly/3xSt463>

Мнение журналистов

”

У каждого средства массовой информации есть «куратор» из правоохранительных органов, который напоминает о том, что за ним следят, и власти могут угрожать сфальсифицированными налоговыми или другими проверками или даже приказать рекламодателям отказаться от рекламы в данном СМИ.

Committee to Protect Journalists

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Таджикистанцы
продолжают проявлять
интерес к телевидению.

Диаграмма 13. Процент телезрителей ТВ, %, N = 2497.

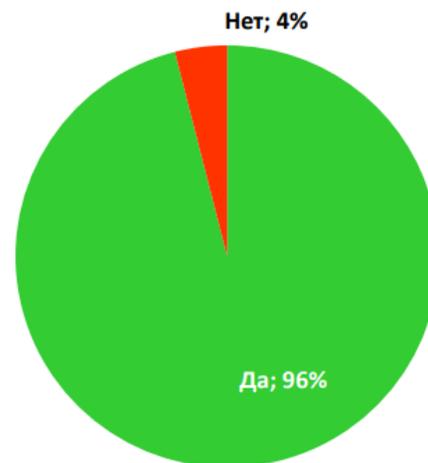


Диаграмма 17. Какие принимающие телесигналы устройства используют владельцы ТВ? %, N = 2409. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа³.



[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Рост интереса к
персоязычному
телевидению.

Диаграмма 19. Смотрят следующие ТВ-каналы (имеют доступ к просмотру), % N = 2409.

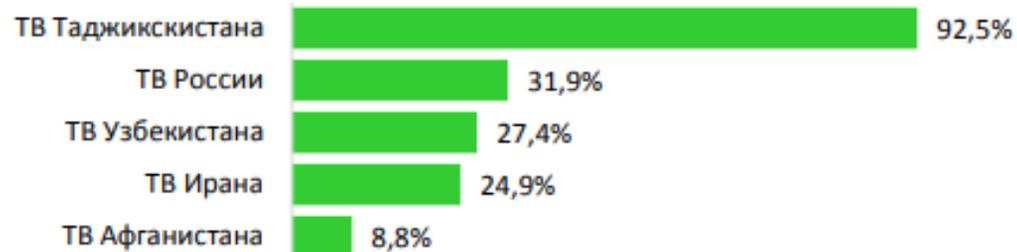


Диаграмма 30. Рейтинг зарубежных ТВ-каналов, вещающих в РТ, %, N = 1552. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа.



[ПОСМОТРЕТЬ](#)



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Радио

Падение заинтересованности в прослушивании радио.

Портрет потребителя радио: работающий житель Душанбе, мужского пола, умеющий водить автомобиль, от 16 лет и старше, уровень благосостояния средний и выше.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



Диаграмма 33. Слушаете ли вы радио? %, N = 992.

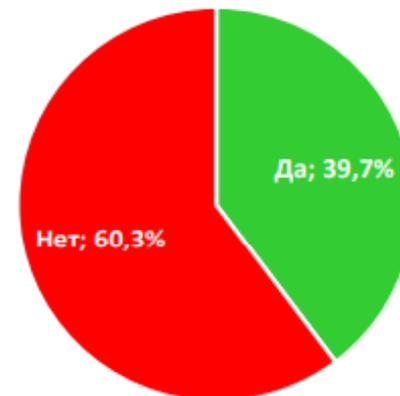


Диаграмма 36. Как часто вы слушаете радио? %, N = 992.



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Интерес к оппозиционной радиостанции «Азия-Плюс» в столичном регионе.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



Диаграмма 38. Рейтинг ведущих негосударственных радиостанций по РТ, %, N = 690. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа.



Диаграмма 37. Рейтинг общереспубликанских радио по РТ, %, N = 690. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа.



Диаграмма 40. Рейтинг независимых радиостанций по г. Душанбе, %, N = 63. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа.



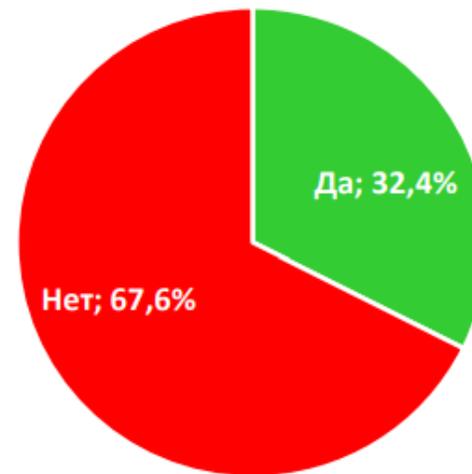
МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Газеты распространены среди старшего поколения таджикистанцев с высшим образованием.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



Диаграмма 49. Читаете ли вы газеты? %, N = 2497.



Образование	Нет образования	Ниже среднего	Среднее	Высшее
	3,9%	21,1%	29,7%	48,2%
	96,1%	78,9%	70,3%	51,8%

JAN
2024

INTERNET USER PERSPECTIVES

INTERNET USER NUMBERS PUBLISHED BY DIFFERENT SOURCES



TAJIKISTAN

INTERNET USERS:
ITU



3.69
MILLION

vs. POPULATION

36.1%

INTERNET USERS:
CIA WORLD FACTBOOK



3.01
MILLION

vs. POPULATION

29.4%

INTERNET USERS:
INTERNETWORLDSTATS



3.01
MILLION

vs. POPULATION

29.4%

SOURCES: AS STATED ABOVE EACH ICON. NOTES: WHERE SOURCES PUBLISH INTERNET ADOPTION AS A PERCENTAGE (I.E. PENETRATION), WE COMPARE THE LATEST PUBLISHED ADOPTION RATES WITH THE LATEST FIGURES FOR POPULATION TO DERIVE ABSOLUTE USER NUMBERS. WHERE SOURCES PUBLISH ABSOLUTE USER NUMBERS, WE COMPARE THESE ABSOLUTE USER FIGURES WITH THE LATEST FIGURES FOR POPULATION TO DERIVE VALUES FOR "% POPULATION". COMPARABILITY: POTENTIAL MISMATCHES: INTERNET USER FIGURES QUOTED ELSEWHERE IN THIS REPORT USE DATA FROM MULTIPLE SOURCES, INCLUDING SOURCES NOT FEATURED ON THIS SLIDE.

we
are
social

Meltwater

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Процент жителей, пользующихся Интернетом, может варьироваться от 30% до 40% всего населения страны. Чем выше возраст, тем ниже процент людей, пользующихся Всемирной сетью.

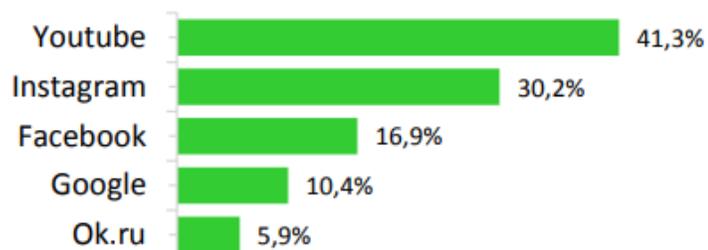
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



Возраст

16 - 24 года	77,4%	22,6%
25 - 34 года	79,0%	21,0%
35 - 44 года	62,8%	37,2%
45 - 54 года	48,1%	51,9%
55 лет и старше	30,5%	69,5%

Диаграмма 70. Какие сайты вы посещаете больше всего? %, N = 1663. Респондент имел возможность выбрать несколько вариантов ответа.



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

YouTube является самой популярной платформой в Таджикистане. Чаще всего её используют для развлечений, а также получения новостей.

JAN
2024

TOP YOUTUBE SEARCHES

QUERIES WITH THE GREATEST VOLUME OF YOUTUBE SEARCH ACTIVITY BETWEEN 01 JANUARY 2023 AND 31 DECEMBER 2023



TAJIKISTAN

#	SEARCH QUERY	INDEX	#	SEARCH QUERY	INDEX
01	МАША	100	11	ЭРОНИ	31
02	КИНО	97	12	ЛЕО	29
03	МАША МЕДВЕДЬ	72	13	МУЗИКА	29
04	МАША И МЕДВЕДЬ	67	14	СУРА	27
05	МУЗЫКА	58	15	УЗБЕК КИНО	27
06	ПЕСНИ	42	16	ЮЛДУЗ	27
07	ПЕСНЯ	39	17	А4	25
08	МУЛЬТИК	35	18	ФАРАХНОЗ ШАРАФОВА	24
09	МУЛЬТИКИ	34	19	ТУЁНА	24
10	ФАРАХНОЗ	34	20	ДИЛОВАР	24

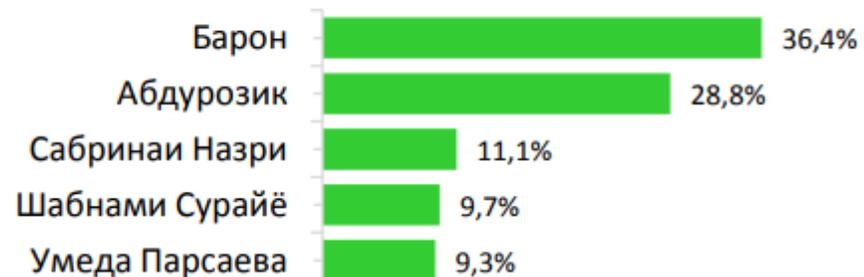
SOURCE: GOOGLE TRENDS, BASED ON SEARCHES CONDUCTED ON YOUTUBE BETWEEN 01 JANUARY 2023 AND 31 DECEMBER 2023. **NOTE:** ANY SPELLING ERRORS OR LANGUAGE INCONSISTENCIES IN SEARCH QUERIES ARE AS PUBLISHED BY GOOGLE TRENDS, AND ARE SHOWN "AS IS", TO ENABLE READERS TO IDENTIFY POTENTIAL CHANGES IN HOW PEOPLE ENTER WRITTEN LANGUAGE IN DIGITAL ENVIRONMENTS. GOOGLE DOES NOT PUBLISH ABSOLUTE SEARCH VOLUMES, BUT THE "INDEX" COLUMN SHOWS RELATIVE SEARCH VOLUMES FOR EACH QUERY COMPARED WITH THE SEARCH VOLUME OF THE TOP QUERY. **ADVISORY:** GOOGLE TRENDS USES DYNAMIC SAMPLING, SO RANK, ORDER AND INDEX VALUES MAY VARY DEPENDING ON WHEN THE TOOL IS ACCESSED, EVEN FOR THE SAME TIME PERIOD.

we
are
social Meltwater

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



Диаграмма 84. Каких таджикских блогеров вы знаете? %, N = 415.



МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ

Блогерство не является
первостепенной задачей ЛОМов
в Таджикистане. Большинство из
них по совместительству
являются певцами.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА



- Широкое распространение таджикского, русского, персидского, узбекского языков в СМИ.
- Увеличение количества интернет-изданий и блогеров.
- Старт развития Интернет-пространства Таджикистана.



- Устойчивое влияние традиционных медиа.
- Ограниченная свобода слова.



МЕДИАРЫНОК ТУРКМЕНИСТАНА



2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



ТУРКМЕНИСТАН



7 млн чел.



488,1 тыс. км²



ВВП 56,54 млрд.



Валюта: туркменский манат



Языки: туркменский

МЕДИАРЫНОК И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ

- В начале 2024 года в Туркменистане насчитывалось **2,59 миллиона** интернет-пользователей, когда уровень проникновения интернета составлял **39,5%**.
- **2%** от общей численности населения Туркменистана являются пользователями социальных сетей.
- В Туркменистане выручка на рынке цифровых медиа оценивается в **103,10 млн** долларов США в 2024 году.

- Ожидается, что среди различных сегментов рынка видео по запросу будет занимать наибольшую долю рынка с прогнозируемым объемом в **50,82 миллиона** долларов США в том же году.
- По прогнозам, в 2024 году выручка на медиарынке достигнет **2,36 млн** долларов США. Прогнозируемый объем рынка к 2029 году составит **2,69 млн** долларов США.
- В Туркменистане можно отметить **3 основных СМИ**: Azatlyk Radiosy, Золотой век, Туркменистан.ру.

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Традиционные медиа

- В настоящее время в Туркменистане вещает 7 государственных эфирных телеканалов.
- Дом печати Государственной издательской службы Туркменистана запустил собственный сайт, на котором доступны для ознакомления электронные версии газет и журналов.
- Правительство сохраняет жесткий контроль над газетами, радио, телевидением и Интернетом. Граждане не имеют доступа к мировым источникам информации в Интернете и рискуют получить штраф, если попытаются использовать VPN.

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Социальные медиа

- **Facebook***: 14,9 тысяч пользователей в Туркменистане. Число пользователей, которых маркетологи могли охватить с помощью рекламы на Facebook* в Туркменистане, увеличилось на 2400 (+19,2%) в период с октября 2023 года по январь 2024 года.
- **Instagram***. Охват рекламы Instagram в Туркменистане в начале года был эквивалентен 1,7% от общей численности населения. Потенциальный охват рекламы Instagram в Туркменистане снизился на 52 тысячи (-31,7%) в период с января 2023 года по январь 2024 года.

* Принадлежит компании Meta, которая является экстремистской организацией на территории РФ с марта 2022 года

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА



- В Туркменистане свободы СМИ находятся в жестких рамках. Доступ к Интернету остается строго ограниченным.
- Несмотря на многочисленные запреты, пользователи Интернета в Туркменистане демонстрируют высокую адаптивность. Сегодня все больше пользователей умеют обходить блокировку.
- На сегодняшний день есть небольшой прирост количества пользователей социальных медиа.



- В Туркменистане формируется два информационных поля: официальное, контролируемое государством, и хаотично развивающееся поле социальных сетей. Граждане Туркменистана погружены в обе среды и их присутствие в информационном поле имеет тенденцию роста.



МЕДИАРЫНОК УЗБЕКИСТАНА

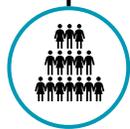


2024 г.

[ВЕРНУТЬСЯ В СОДЕРЖАНИЕ](#)



УЗБЕКИСТАН



37 млн чел.



448,9 тыс. км²



ВВП 340 млрд.



**Валюта:
Узбекский сум**



ЯЗЫКИ: узбекский,
русский

СТРУКТУРА СМИ

2 140

•-----зарегистрированных СМИ-----•

- В настоящее время в Узбекистане насчитывается 2140 средств массовой информации, или на 626 больше, чем в 2016 году.
- Среди них 65 процентов – негосударственные СМИ, что свидетельствует о продолжающихся структурных преобразованиях в сфере.

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



366

Печатные издания

За последние 10 лет
количество газет
сократилось почти
вдвое

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



СТРУКТУРА РЫНКА: ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ



КРУПНЫЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ДОМА

- «Узбекистан»



ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ

- Национальная ассоциация электронных средств массовой информации Узбекистана (НАЭСМИ)
- Маркетинговая Ассоциация Узбекистана

МЕДИАРЫНОК

1,14 трлн
СУМ



Объем инвестиций в медиарынок в 2021 году составлял 655 млрд сум. Год спустя он подрос до 779 млрд, а в 2023-м рванул на 46% — до 1,14 трлн.

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

- Закон «О рекламе»
- Закон «О средствах массовой информации»

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



- В структуре рекламных инвестиций Узбекистана высока доля ТВ: в 2023 году она составляет 63%. Это самый ТВ-ориентированный рынок Центральной Азии.
- У интернета — 20% рекламных бюджетов, в деньгах это 228 млрд сум (+74% к прошлому году). Еще 15% инвестиций забирает ООН-реклама, и на уровне 2% держится радио. **Прессу для продвижения местный бизнес практически не рассматривает.**
- Главные источники информации для жителей Узбекистана — телевидение (66,29%) и сайты (39,85%). ТВ предпочитает аудитория 46+, молодежь 14-29 лет ищет все необходимое в сети.
- **Роль телевидения в потреблении информации снижается, а интернета, наоборот, растет.** Кроме телевизора и сайтов, узбекистанцы обмениваются информацией через социальные сети (33,91%), общение с родственниками, друзьями, коллегами (15,82%).

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

Kantar Group: жители
Узбекистана смотрят
телевизор в среднем 2,5
часа в день.

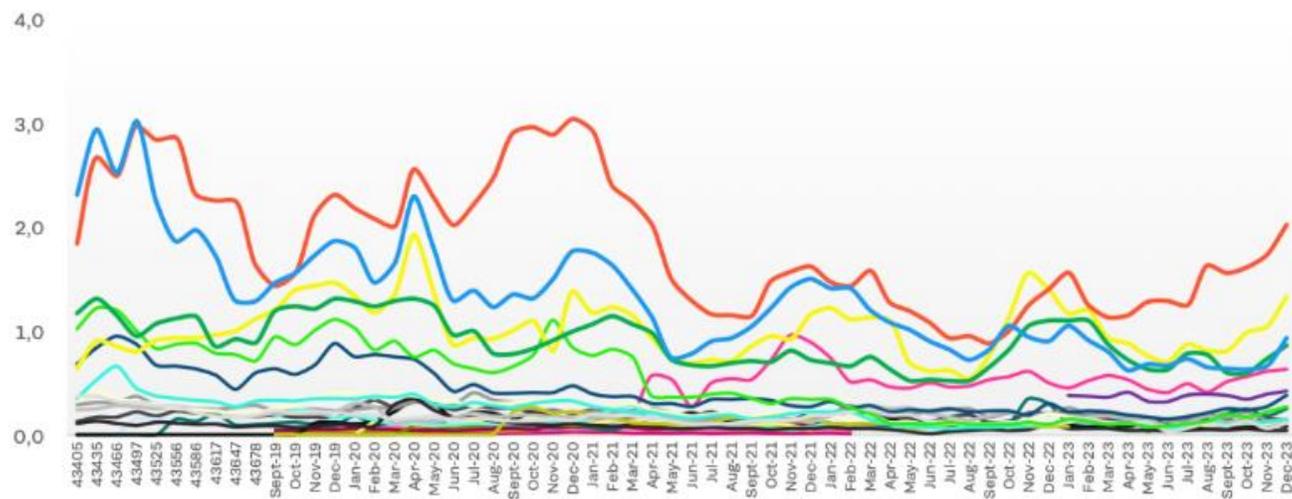
[ПОСМОТРЕТЬ](#)



В 2023 телесмотрение выросло
в сравнении с 2022 на 4%

— ZO'R — SEVIMLI — MYS — MILLIY — BOLAJON — UC_PERVIY — KINOTEATR — YOSHLAR — NAVO — UC_ROSSIYA 1 — FUTBOL TV
— O'ZBEKISTON 24 — O'ZBEKISTON — OILAVIY — UC_NTV — UZREPORT TV — TOSHKENT — UD_PERVIY KANAL — SPORT — DUNYO BO' YLAB — MADANIYAT VA MA'RIFAT — UC_UNION
— UD_NTU — UD_ROSSIYA 24 — TARAQQIYOT TV — FTU — RENESSANS — AQLVOY

TVR



KANTAR TNS UZBEKISTAN, JAN 24

[ПОСМОТРЕТЬ](#)





Social Media Stats in Uzbekistan - March 2024



ТОП-15 ПОПУЛЯРНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕДИА УЗБЕКИСТАНА

YUKSALISH
ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ

В среднем посетителей в месяц (тысяч)*

Сайт	Подписчики (тысяч)		
	Telegram	Facebook	Instagram
KUN.UZ	1 272,5 <small>390</small>	565	4740
QALAMPIR	239,8 <small>110</small>	115	3000
газета.UZ	97,5 <small>22</small>	109	56,4
Daryo	450,6 <small>180</small>	4,5	688
Подробно.UZ	56,9 <small>18</small>	60	14,9
UzNews	85,7 <small>16</small>	82	884,4
KEPOST	100,1 <small>40</small>	2,2	61,4
xabar.uz	181,2 <small>18</small>	28	203
NOVA24.UZ	45,7 <small>20</small>	3	0,090
nuz.UZ	48,1 <small>6</small>	57,6	32
Aniq.uz	20,2 <small>10</small>	—	2,4
arzon.UZ	87,5 <small>11</small>	186	524,9
Даракчи	141,3 <small>41</small>	56	306
Rost24	109,7 <small>5</small>	27	3
UZA	131,5 <small>25</small>	33	38,8

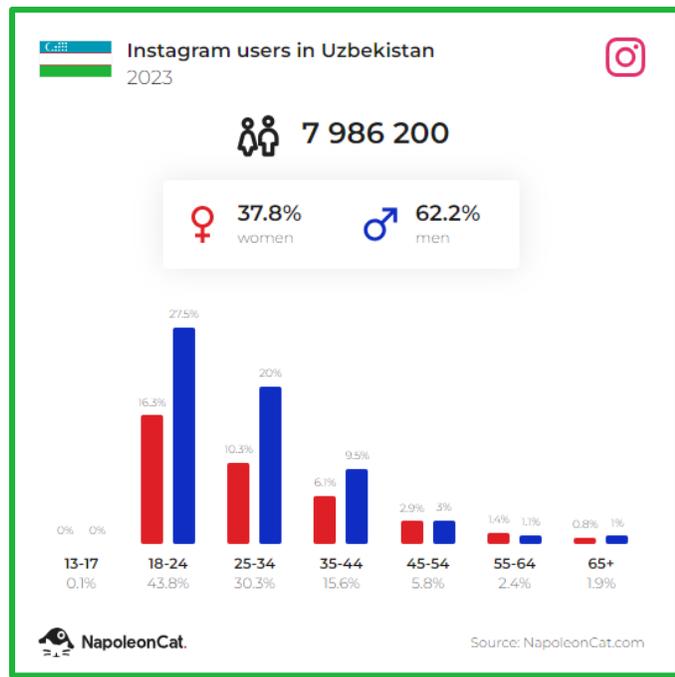
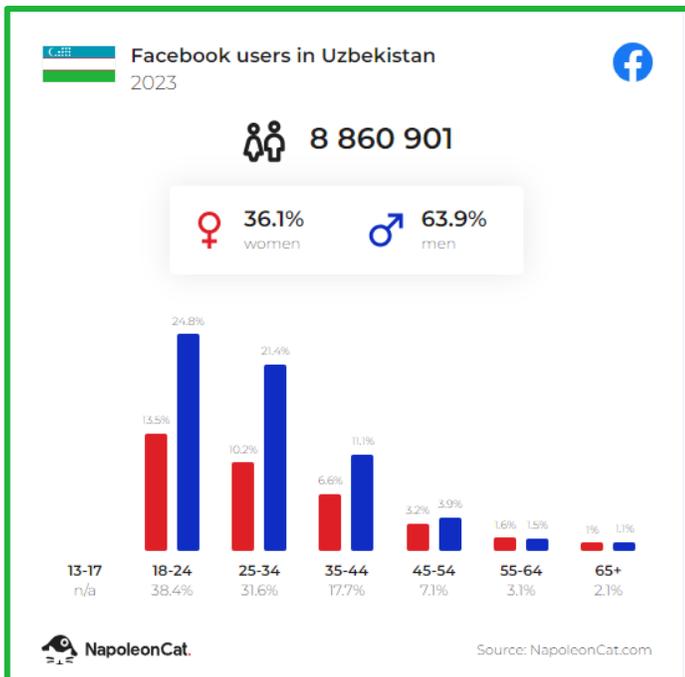
* По данным SimilarWeb

Средний охват в месяц (млн)

По состоянию на 20 февраля 2023 года

МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ





МЕДИА ПОТРЕБЛЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

[ПОСМОТРЕТЬ](#)

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИА РЫНКА



ПОЗИТИВНЫЕ

- Диджитализация
- Рост инвестиций
- Развитие онлайн сфер
- Сохранение ТВ-ориентированности



НЕГАТИВНЫЕ

- Сокращение прессы