



МЕДИА 2022: ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ

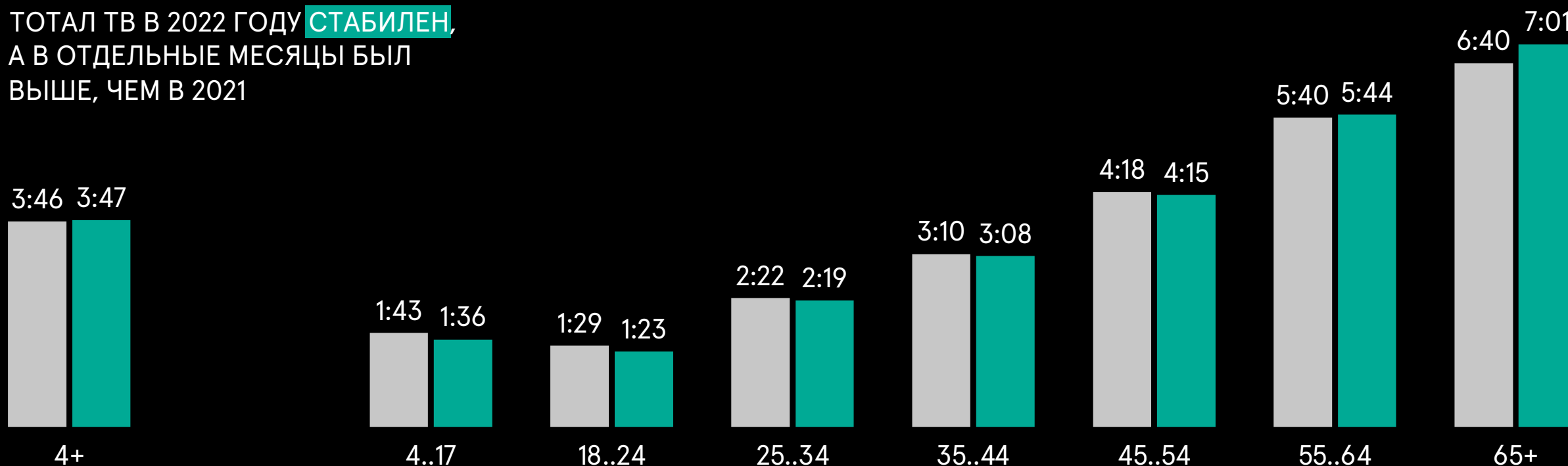
КСЕНИЯ АЧКАСОВА, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР MEDIASCOPE

ДЕНЬ БРЕНДА, 09 ДЕКАБРЯ 2022

ВРЕМЯ ПРОСМОТРА ТВ

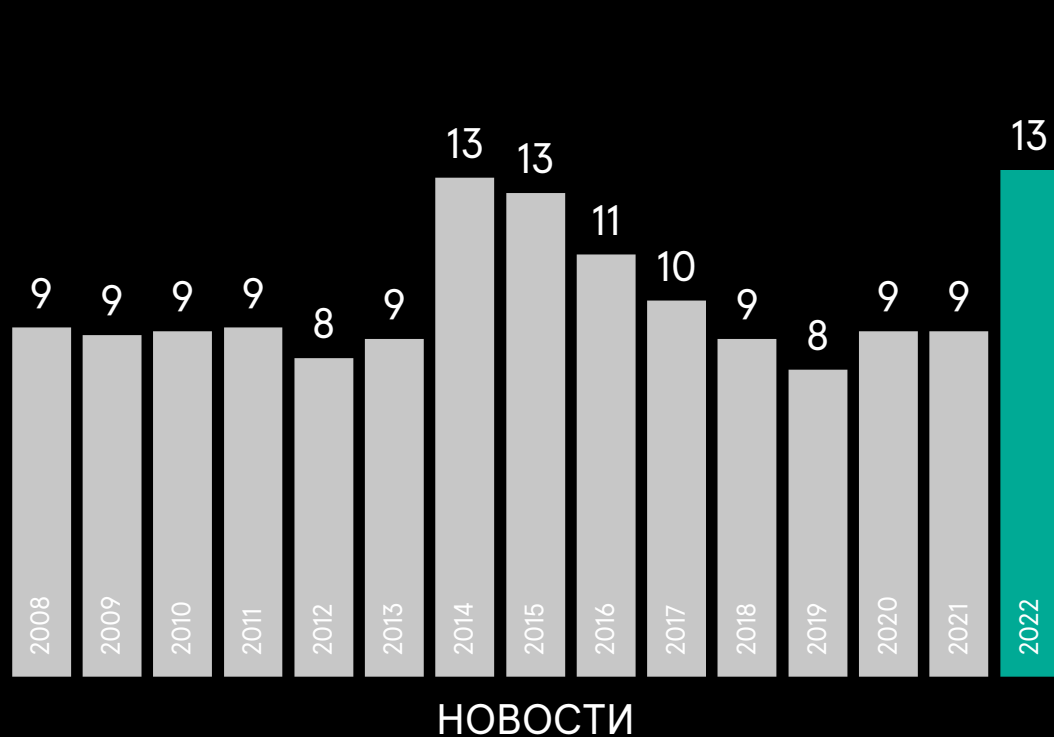
■ 2021 ■ 2022

ТОТАЛ ТВ В 2022 ГОДУ **СТАБИЛЕН**,
А В ОТДЕЛЬНЫЕ МЕСЯЦЫ БЫЛ
ВЫШЕ, ЧЕМ В 2021

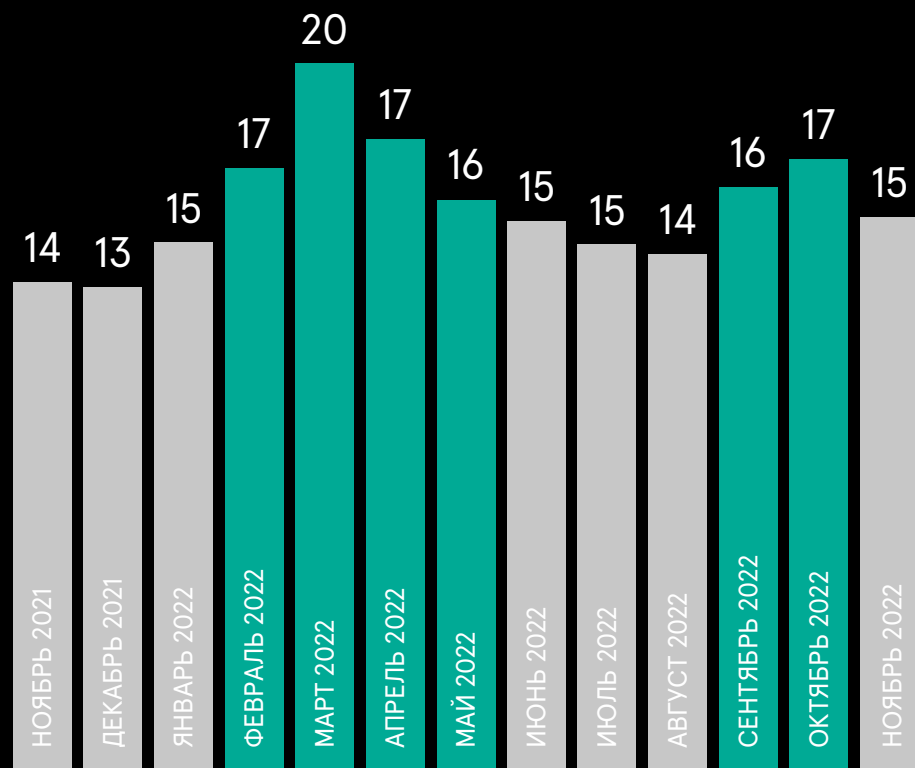


НОВОСТИ НА ТВ

НА НОВОСТИ И СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПЕРЕДАЧИ НА ТВ ПРИШЛОСЬ ОКОЛО **30% ТЕЛЕПРОСМОТРА** В 2022 ГОДУ



НОВОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

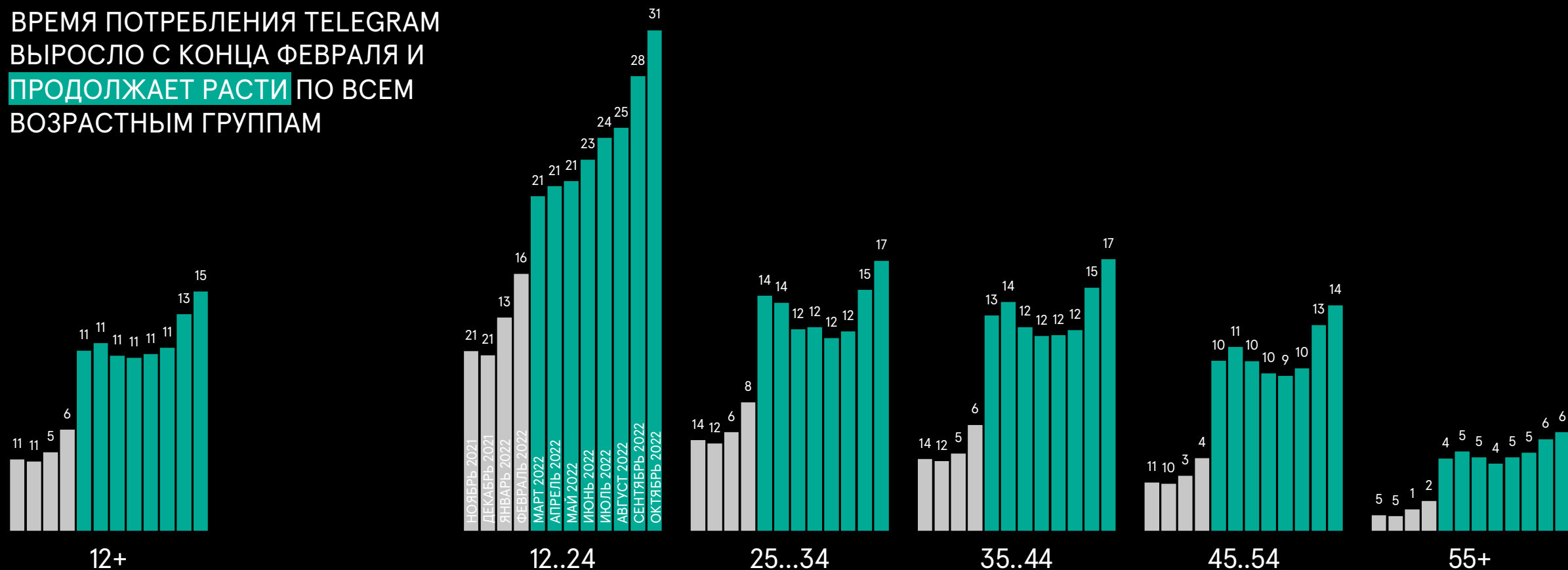


НОВОСТНЫЕ РЕСУРСЫ

АУДИТОРИЯ НОВОСТНЫХ САЙТОВ И ПРИЛОЖЕНИЙ РАСТЕТ
В МОМЕНТЫ **ОБОСТРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ФОНА**

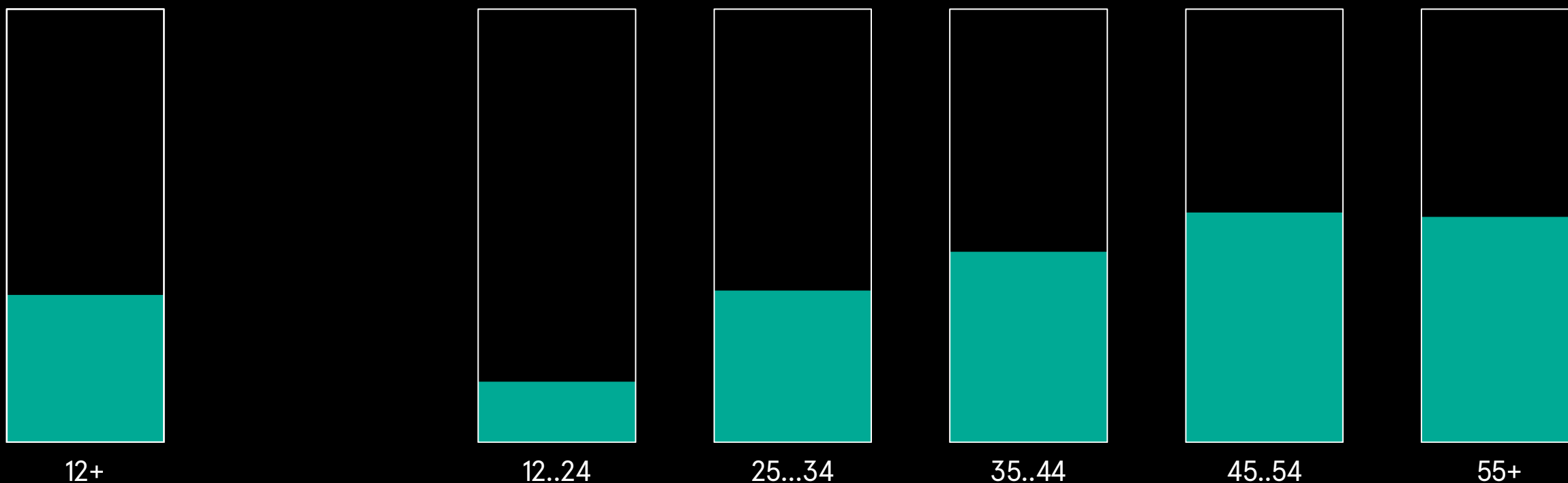
TELEGRAM

ВРЕМЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ TELEGRAM
ВЫРОСЛО С КОНЦА ФЕВРАЛЯ И
ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ ПО ВСЕМ
ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ



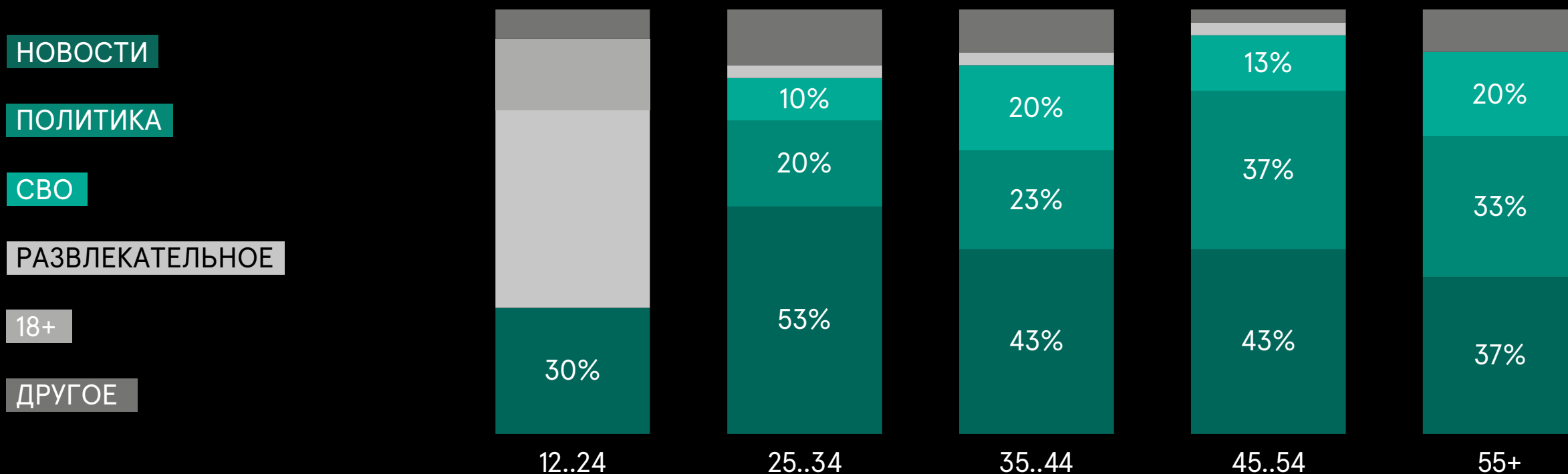
TELEGRAM-КАНАЛЫ

ТРЕТЬ ВРЕМЕНИ ПОТРЕБЛЕНИЯ TELEGRAM ПРИХОДИТСЯ НА ЧТЕНИЕ КАНАЛОВ, А В СТАРШИХ ГРУППАХ – ПОЛОВИНА



ЖАНРЫ TELEGRAM-КАНАЛОВ

БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ТОПОВЫХ TELEGRAM-КАНАЛОВ В ГРУППАХ СТАРШЕ 25 ЛЕТ ПОСВЯЩЕНЫ НОВОСТЯМ И ПОЛИТИКЕ



ТОП TELEGRAM-КАНАЛОВ

ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ 12+:

- 1 МИР СЕГОДНЯ С "ЮРИЙ ПОДОЛЯКА"
- 2 ТОПОР 18+
- 3 РИА НОВОСТИ
- 4 ПРЯМОЙ ЭФИР
- 5 СОЛОВЬЁВ
- 6 ТОПОР LIVE
- 7 KADYROV_95
- 8 ГОСУСЛУГИ
- 9 МИР МИХАИЛА ОНУФРИЕНКО
- 10 РАНЬШЕ ВСЕХ. НУ ПОЧТИ.

МОЛОДОЕ НАСЕЛЕНИЕ 12-24:

- 1 ТОПОР 18+
- 2 ДИМА МАСЛЕННИКОВ БЛОГГЕР
- 3 ТОПОР LIVE
- 4 ВПШ
- 5 АНТИФАНЫ ДАРЬИ КАПЛАН
- 6 KUPLINOV ► PLAY
- 7 ЛЕОНАРДО ДАЙВИНЧИК
- 8 СЛИВНАЯ КРЫСА
- 9 COMICS_TY 18+
- 10 MARMOK_YT

YOUTUBE

ИСХОДЯ ИЗ СТРУКТУРЫ ПОИСКА В YOUTUBE, ОН ОСТАЕТСЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО **РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ** ПЛОЩАДКОЙ



МУЗЫКА

19%



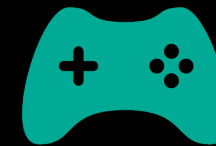
РАЗВЛЕЧЕНИЯ

18%



ДЕТСКОЕ

12%



ВИДЕОИГРЫ

11%



СЕРИАЛЫ

9%



СОЦ-ПОЛ

8%



КИНО

6%



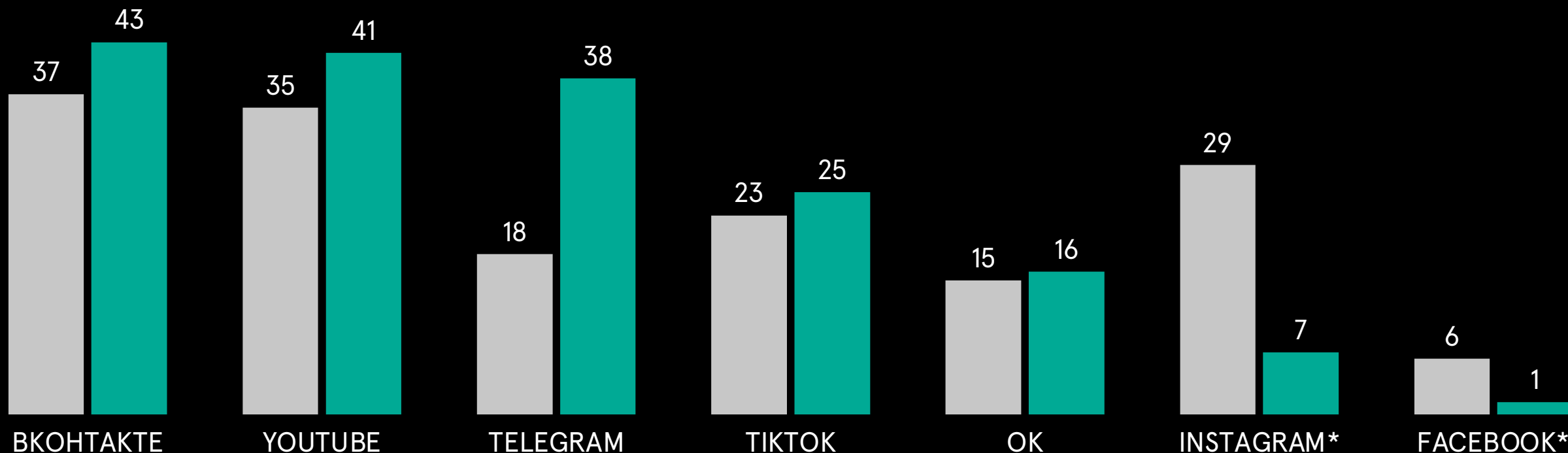
ШОУ

6%

SOCIAL MEDIA

■ ОКТЯБРЬ 2021 ■ ОКТЯБРЬ 2022

АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И БЛОГЕРСКИХ ПЛОЩАДОК ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЯЕТСЯ



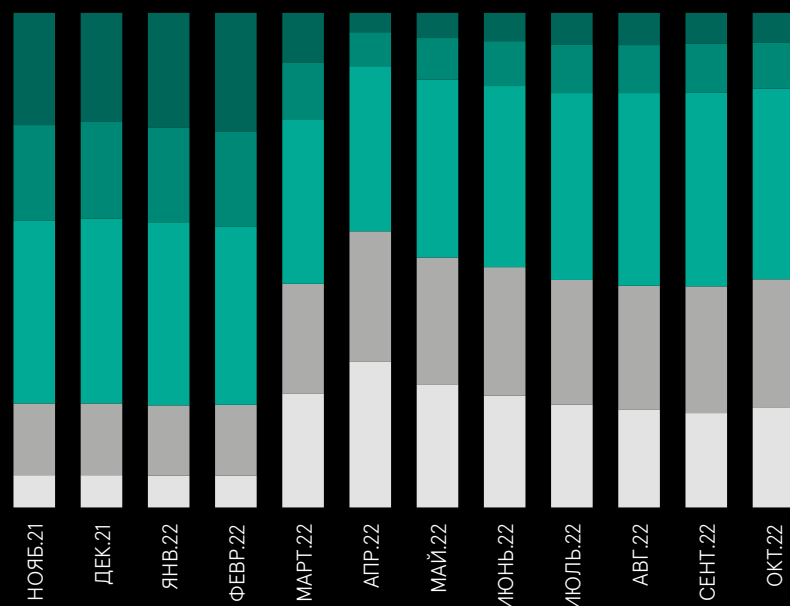
MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP & MOBILE, СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ

*ПРИНАДЛЕЖИТ КОМПАНИИ МЕТА (ПРИЗНАНА ЭКСТРЕМИСТСКОЙ И ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

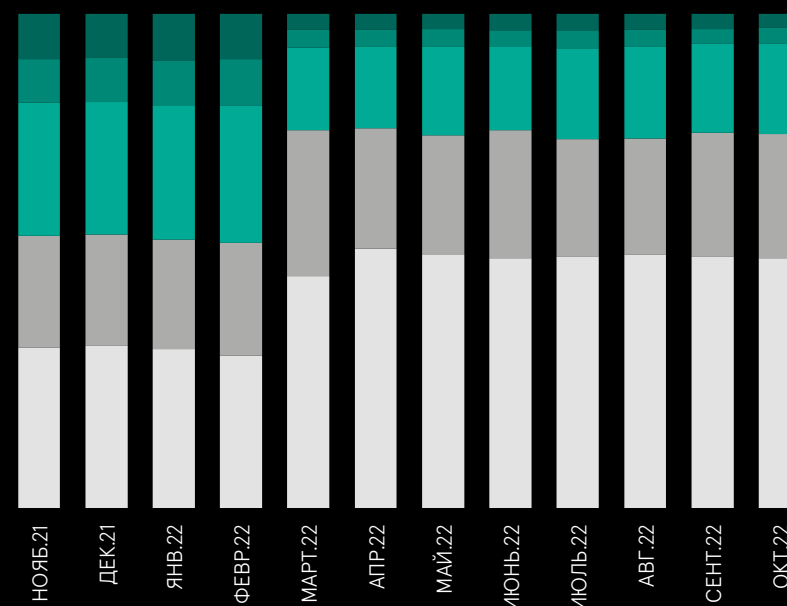
SOCIAL MEDIA

ЗАБЛОКИРОВАННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ЗНАЧИМО ПОТЕРЯЛИ В ОХВАТЕ, А БЕЗ УЧЕТА КОРОТКИХ СЕССИЙ СОКРАЩЕНИЕ ЕЩЕ БОЛЬШЕ (ОХВАТ 5+ МИН: INSTAGRAM* – 4%, FACEBOOK* – 0.2%)

INSTAGRAM*



FACEBOOK*



60+ МИН

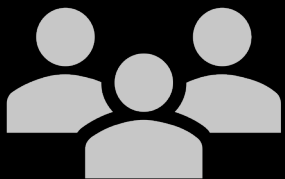
30-60 МИН

5-30 МИН

1-5 МИН

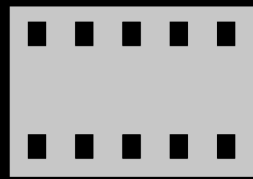
МЕНЕЕ МИНУТЫ

ТОП-5 ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОСТЕЙ



20%

СОЦСЕТИ



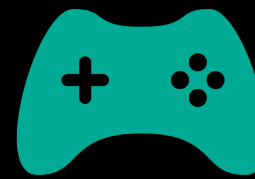
18%

ВИДЕО



16%

МЕССЕНДЖЕРЫ



10%

ИГРЫ

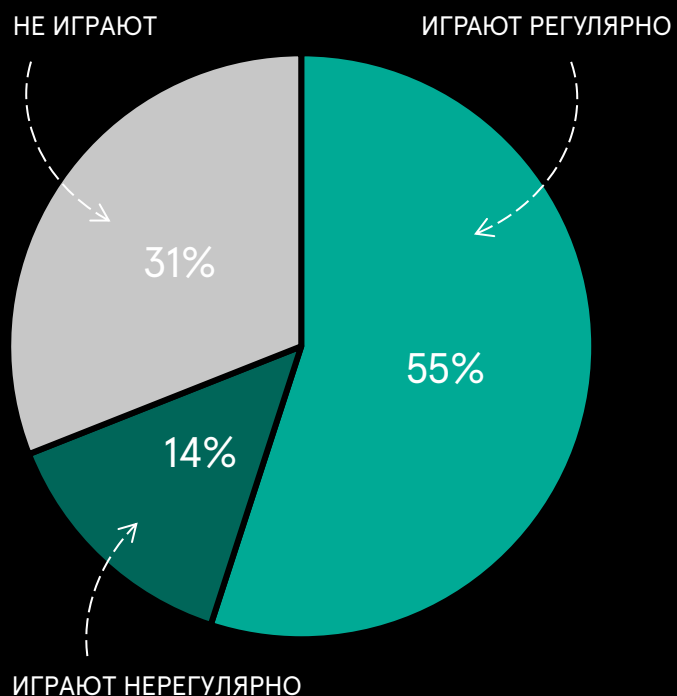


3%

E-COM

ИГРЫ

69% НАСЕЛЕНИЯ ИГРАЮТ В ИГРЫ,
55% ИГРАЮТ РЕГУЛЯРНО



ОСНОВНОЙ ЭКРАН ДЛЯ ИГР – СМАРТФОН
БОЛЬШЕ ВСЕГО ИГРАЮТ В КАЗУАЛЬНЫЕ ИГРЫ



СМАРТФОН
42% НАСЕЛЕНИЯ

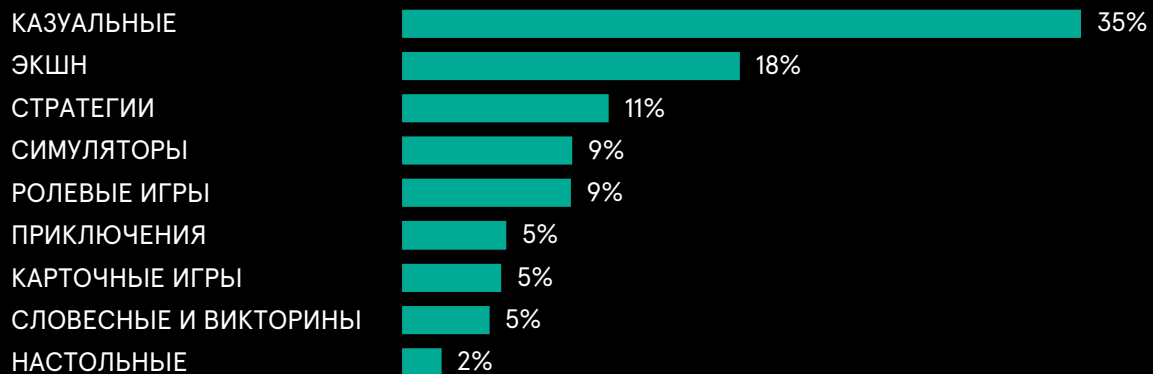


КОМПЬЮТЕР
33% НАСЕЛЕНИЯ



ПРИСТАВКА
9% НАСЕЛЕНИЯ

ЖАНРЫ МОБИЛЬНЫХ ИГР (% ВРЕМЕНИ)



ИГРОВОЙ КОНТЕНТ В YOUTUBE

МЕДИЙНАЯ ЧАСТЬ ИГРОВОЙ АКТИВНОСТИ ТАКЖЕ В ТОПАХ: СТРИМЫ, ОБЗОРЫ, ЛЕТСПЛЕИ И Т.П.

ТОП КАТЕГОРИЙ В СТРУКТУРЕ ПОИСКА:



МУЗЫКА
19%



РАЗВЛЕЧЕНИЯ
18%

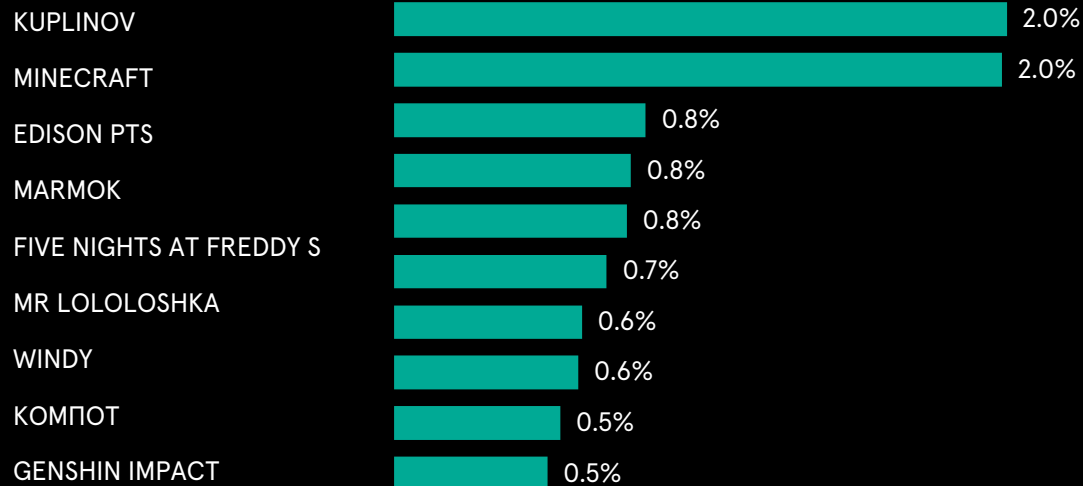


ДЕТСКОЕ
12%



ВИДЕОИГРЫ
11%

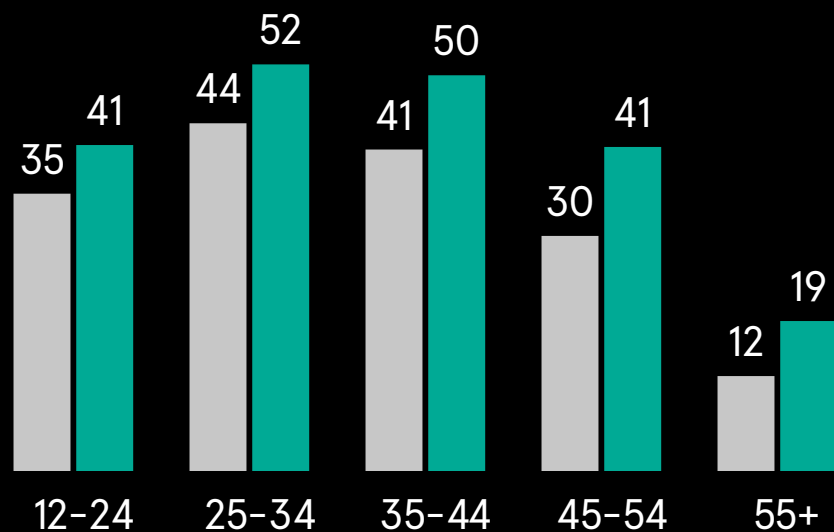
ТОП ТЕМ ПОИСКА В КАТЕГОРИИ «ВИДЕОИГРЫ»:



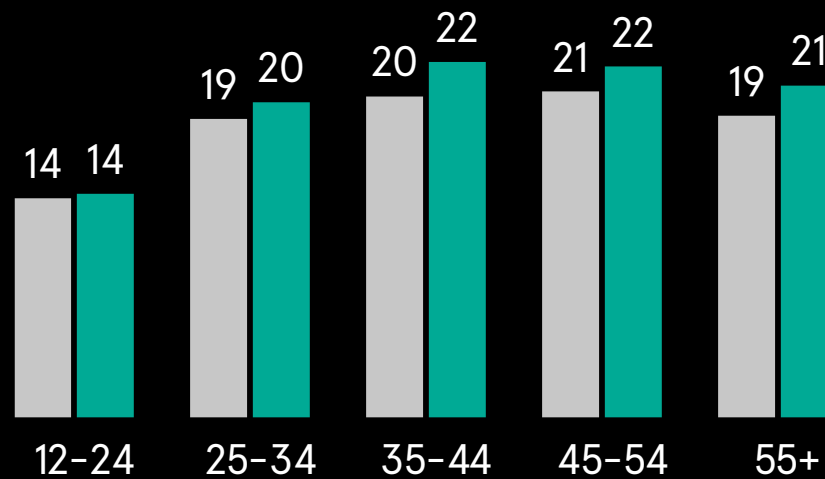
E-COM

ОБЪЕМ E-COM АКТИВНОСТИ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ ВО ВСЕХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУППАХ

ОХВАТ:



ВРЕМЯ:

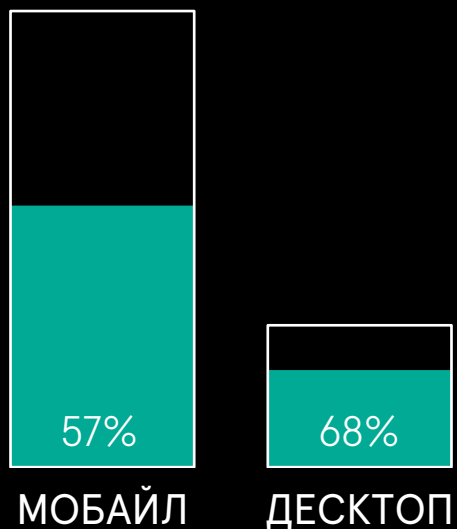


■ ОКТАБРЬ 2021
■ ОКТАБРЬ 2022

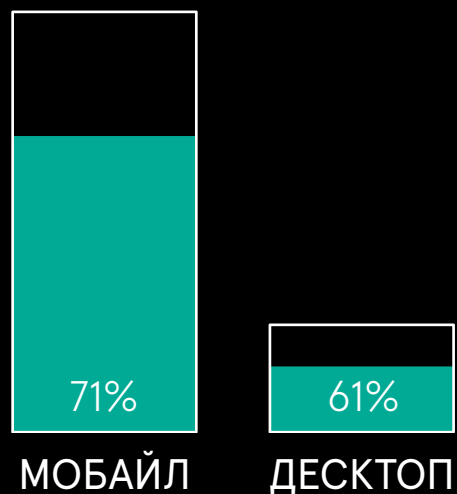
ПОИСК В E-COM

ПОИСК ТОВАРОВ – ЗАМЕТНАЯ АКТИВНОСТЬ НА E-COM ПЛОЩАДКАХ

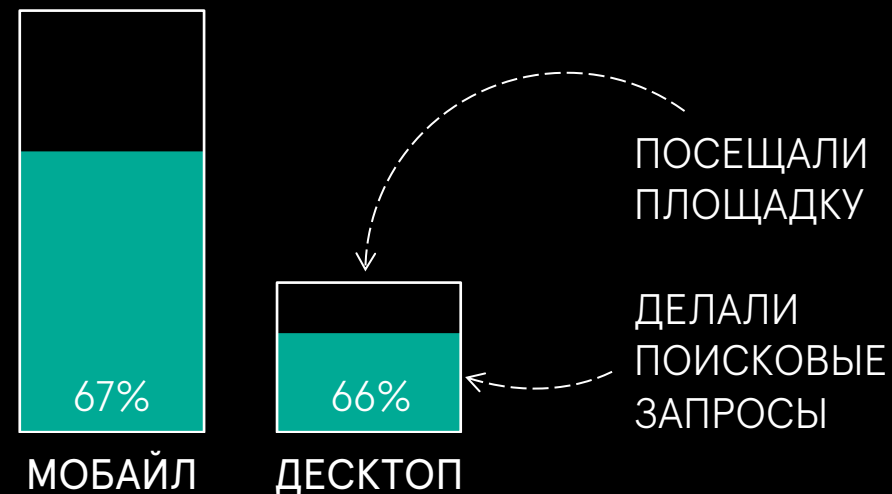
AVITO



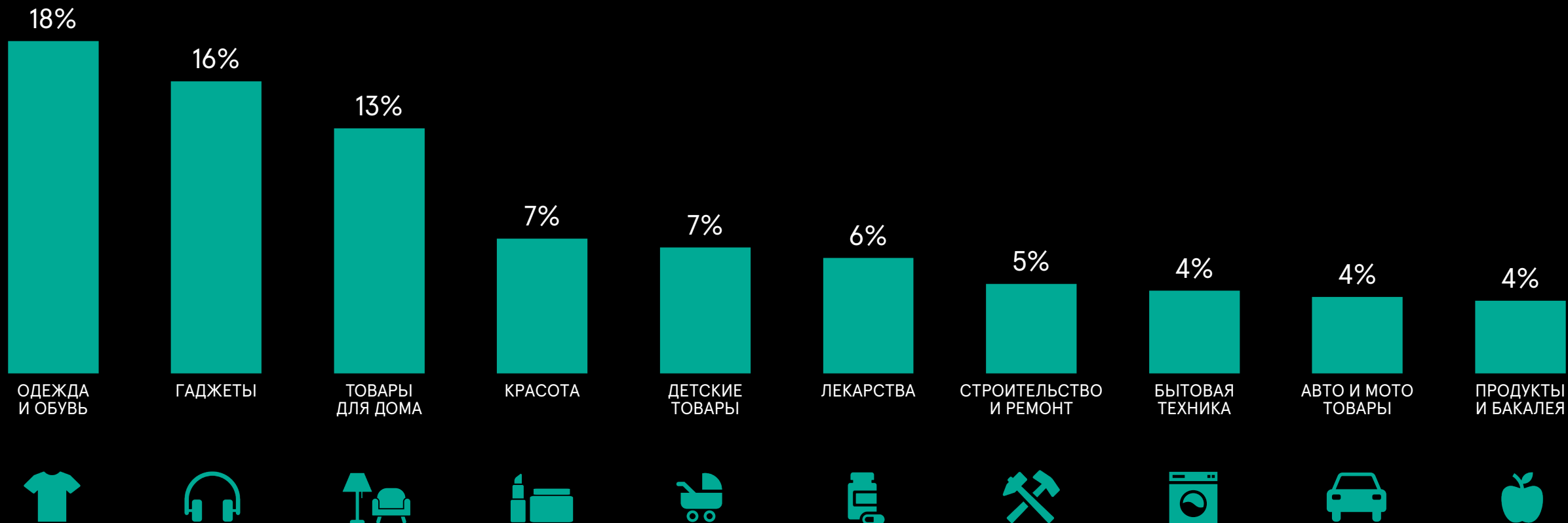
WILDBERRIES



OZON



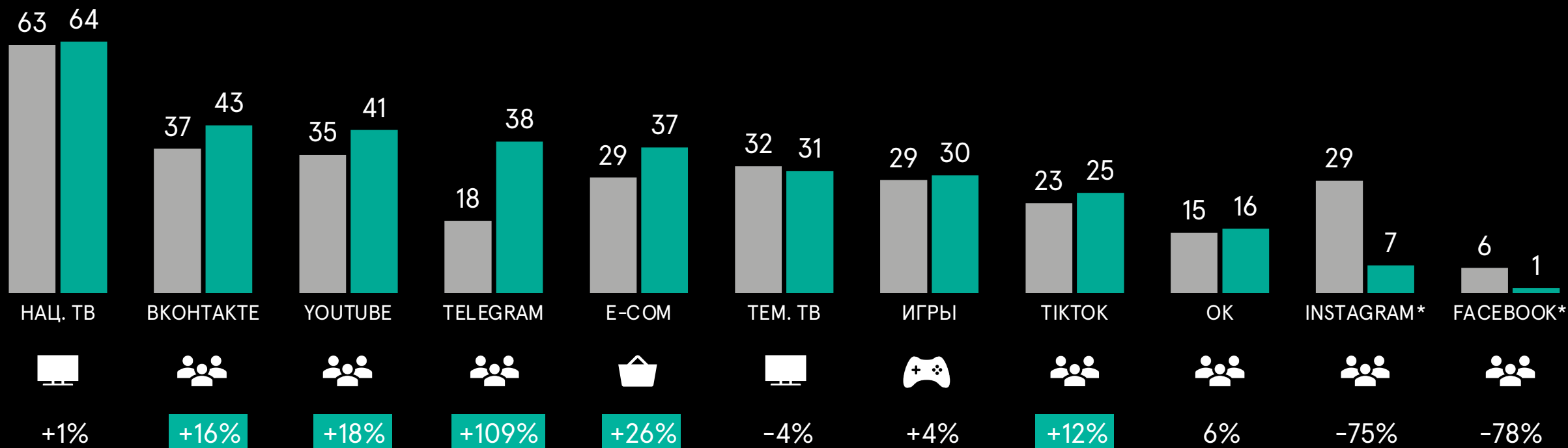
КАТЕГОРИИ ПОИСКА



МЕДИА АКТИВНОСТЬ

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ ИЗБРАННЫХ МЕДИАКАНАЛОВ:

■ ОКТЯБРЬ 2021 ■ ОКТЯБРЬ 2022



MEDIASCOPE TV INDEX, MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+

NB! НА ГРАФИКЕ ПРИВЕДЕНЫ НЕ ВСЕ, А ЛИШЬ ОТДЕЛЬНЫЕ МЕДИА И ПЛОЩАДКИ, О КОТОРЫХ ШЛА РЕЧЬ В ПРЕЗЕНТАЦИИ



СПАСИБО!



TEAM@MEDIASCOPE.NET