

август / 2018

# Анализ языка вещания, рекламы и производства контента на телеканалах Кыргызстана



В рамках изучения медиа-контента на телеканалах Кыргызстана Консалтинговое Агентство «Эксперт» (Кыргызстан) провело ежемесячный инициативный анализ по языку вещания передач, производству контента на телевидении, заполняемости эфира рекламой.

#### **Задачи исследования:**

- Определить долю эфирного времени, отведенного на программы на кыргызском языке.
- Определить временное соотношение отечественного и зарубежного контента (в том числе произведённого в странах СНГ).
- Определить долю рекламы в блоках телепередач по категориям и заполняемости эфирного времени.

Результаты анализа и материалы презентации могут быть полезны представителям медиа сообщества, специалистам в сфере массовых коммуникаций, представителям международных и донорских организаций, законодательным органам.

## Методология исследования:

Анализ телевизионного контента осуществлялся с помощью специально разработанного кодировочного листа, куда вносились соответствующие характеристики материала. Единицей анализа выступили видеоматериалы телеканалов и их количественные характеристики:

Согласно Закону Кыргызской Республики "О телевидении и радиовещании" в общем объеме ежедневной сетки вещания не менее 50 процентов телерадиопрограмм и телерадиопередач должны состоять из телерадиопрограмм и телерадиопередач отечественного производства, в том числе в период с 7:00 до 10:00 и с 18:00 до 23:00; не менее 50 процентов вещания должно вестись на государственном языке, в том числе в период с 7:00 до 10:00 и с 18:00 до 23:00.

Время и дата выхода. В выборочную совокупность попали передачи по фактическому выходу в эфир с 07:00 до 10:00 и с 18:00 до 23:00 одного буднего и одного выходного дня в августе 2018 года.

Язык вещания. Определялся в ходе просмотра. Фиксировались как отдельно программы на государственном (кыргызском) языке и программы на русском языке, так и двуязычные передачи. Доля языка вещания определялась по длительности передач.

Производство контента. Определялось в ходе просмотра передач и с помощью уточнения сведений на веб-ресурсах телеканалов. В соответствии с разработанной классификацией, контент распределён на категории: отечественный, зарубежный, страны СНГ, советский. Доля предлагаемого контента определялась исходя из времени вещания передач.

Реклама в блоках. Рассматривалась прямая и спонсорская реклама. Реклама оценивалась по длительности показа роликов определенных товарных категорий.

Sold out. Отношение проданного рекламного времени к общему разрешенному.

Согласно Закону «О Рекламе» (статья 11, пункт 4) в радио- и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, в течение суток реклама не должна превышать 25 процентов объема вещания.

Было высчитано средневзвешенное процентное соотношение продолжительности рекламы от общей продолжительности эфира в Off Prime (06:00 – 17:59:59) и Prime Time (18:00:00 – 00:00).

#### Выборка телеканалов:

Исследование проводилось по следующим телеканалам:

- КТР
- КТР Музыка
- КТР Спорт
- 5 канал
- TV1
- Любимый HD
- Мир
- НБТ
- НТС
- Пирамида
- Пятница
- Россия РТР
- Семейный
- Телеканал Я
- ТНТ
- ЭлТР
- Домашний
- РЕН ТВ
- 7 канал
- ОшТВ
- Prime TV
- Ынтымак
- Апрель

## Выводы

Проанализировав программы на телеканалах КР, Консалтинговое агентство «Эксперт» пришло к следующим выводам:

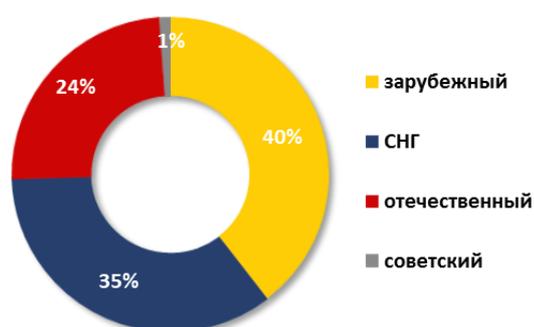
- В сетке вещания телеканалов **24% эфирного времени отведено отечественному контенту**, наполнение производства СНГ составило 35%, 40% принадлежит зарубежному контенту, а передачи советского производства (как правило, это художественные фильмы) – 1%. Стоит отметить, что совокупная доля отечественного контента по сравнению с анализом предыдущего месяца сократилась на 1%.

В период с 7:00 до 10:00 и с 18:00 до 23:00 наиболее активно продвигают национальный контент телеканалы КТР, КТР Музыка, НТС, ЭЛТР. По сравнению с анализами предыдущих месяцев сократилась доля показа отечественного контента, скорее всего ввиду отпускного периода.

- В совокупности доли языка вещания составили: русский язык контента – 78%, **кыргызский язык – 17%**, 3 % - двуязычные трансляции (как на русском, так и на кыргызском языках), передачи на иностранном языке (музыкальные клипы) – 2%.

Законодательные доли вещания на государственном языке выдержаны на телеканалах КТР, КТР Музыка, КТР Спорт (с учетом двуязычных трансляций), ЭЛТР. В содержании других каналов прослеживается уклон в сторону преобладания передач на русском языке.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



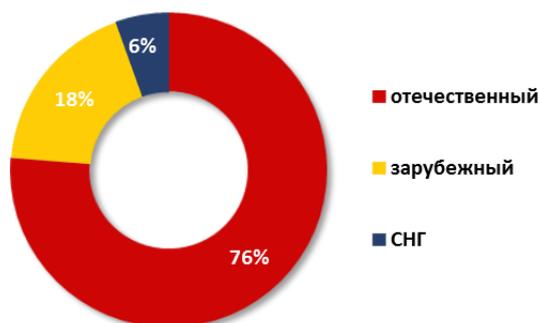
- Sold out. Доли наполнения эфира прямой рекламой (указаны в таблицах) не достигают 25% ни у одного из телеканалов анализа. По продолжительности показа рекламных роликов в Prime Time в 5 лидирующих телеканалов вошли ОшТВ, Ынтымак, 7 канал, КТР, РЕН ТВ. В целом, с прошлого рассматриваемого периода данные каналы удерживают лидерство по продолжительности рекламы и в августе, лишь меняя позиции в рамках 5 лидирующих.

Канал / Время выхода	Off Prime	Prime Time
ОшТВ	5,5%	17,2%
Ынтымак	6,4%	16,6%
7 канал	4,3%	11,4%
КТР	3,8%	10,2%
РЕН ТВ	7,1%	8,1%
Семейный	4,1%	8,1%
ЭлТР	4,7%	7,9%
КТР Спорт	3,9%	7,3%
Домашний	1,7%	7,0%
КТР Музыка	4,1%	6,8%
НБТ	3,5%	6,2%
НТС	2,9%	5,3%
Пирамида	4,2%	5,1%
Prime TV	1,5%	4,6%
TV1	1,9%	4,4%
Пятница	3,5%	4,3%
Любимый HD	2,0%	4,2%
Мир	2,3%	3,9%
ТНТ	1,1%	3,5%
Россия РТР	0,5%	2,0%
5 канал	1,5%	1,5%
Телеканал Я	0,2%	0,9%

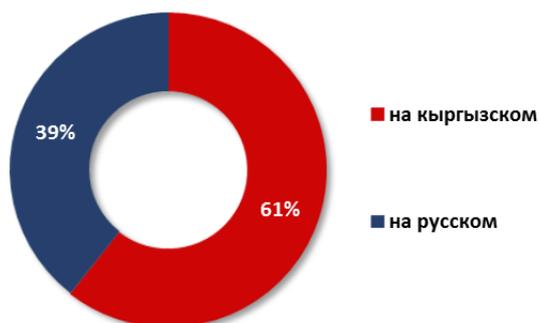
Подробные данные по телеканалам Кыргызстана (согласно выборке анализа) в отношении языка вещания, производства контента и заполняемости эфира рекламой приведены ниже. Диаграммы, представленные по каждому каналу, наглядно демонстрируют, информационные и языковые доли в законодательно обозначенные интервалы времени.

61% времени телеканала КТР вещалось на государственном (кыргызском) языке, 39% - на русском. В целом же с весом в 76% выступает отечественный контент, 18% пришлось на зарубежный контент, 6% - наполнение производства стран СНГ.

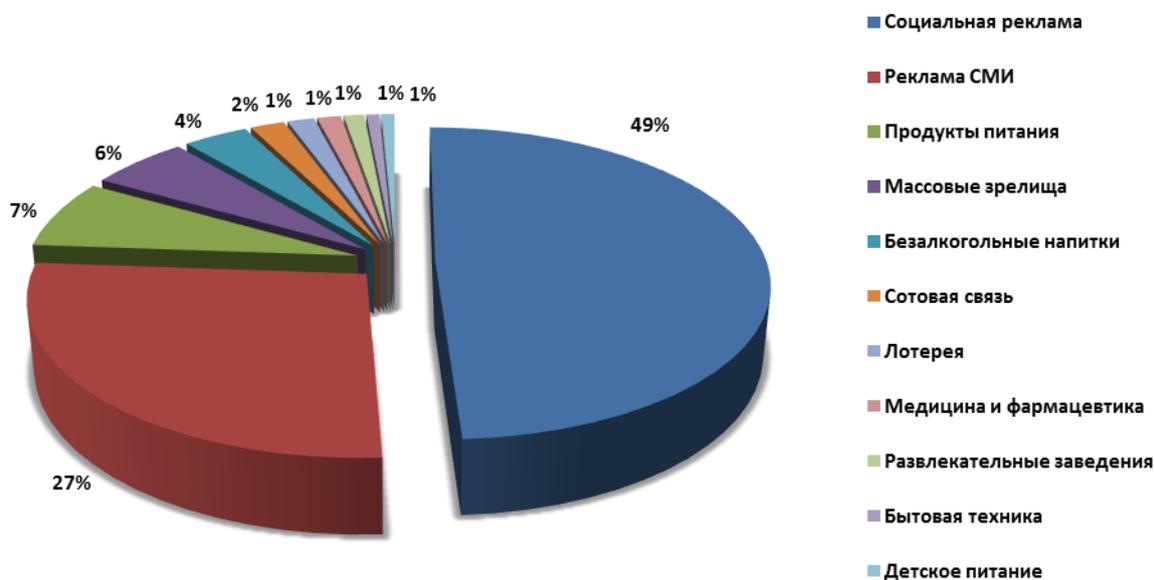
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

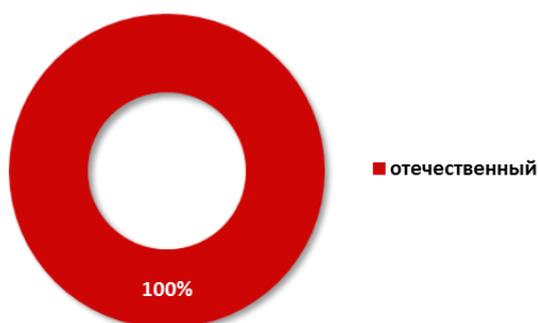


Реклама на телеканале КТР в виде роликов пришлась в большей степени на социальную рекламу и рекламу СМИ (анонсы передач, собственные продукты канала). Средневзвешенная заполняемость эфира рекламой за день составила в Off Prime – 3.8 %, в Prime Time – 10.2 %.

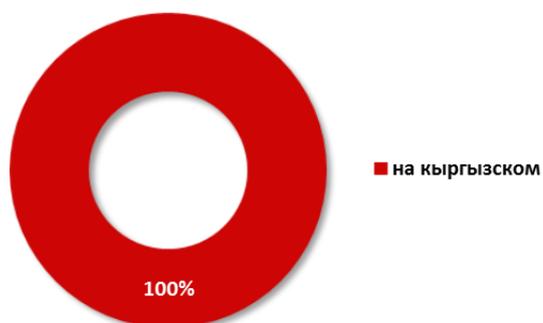


Весь эфир телеканала КТР Музыка был представлен отечественным контентом и на кыргызском языке.

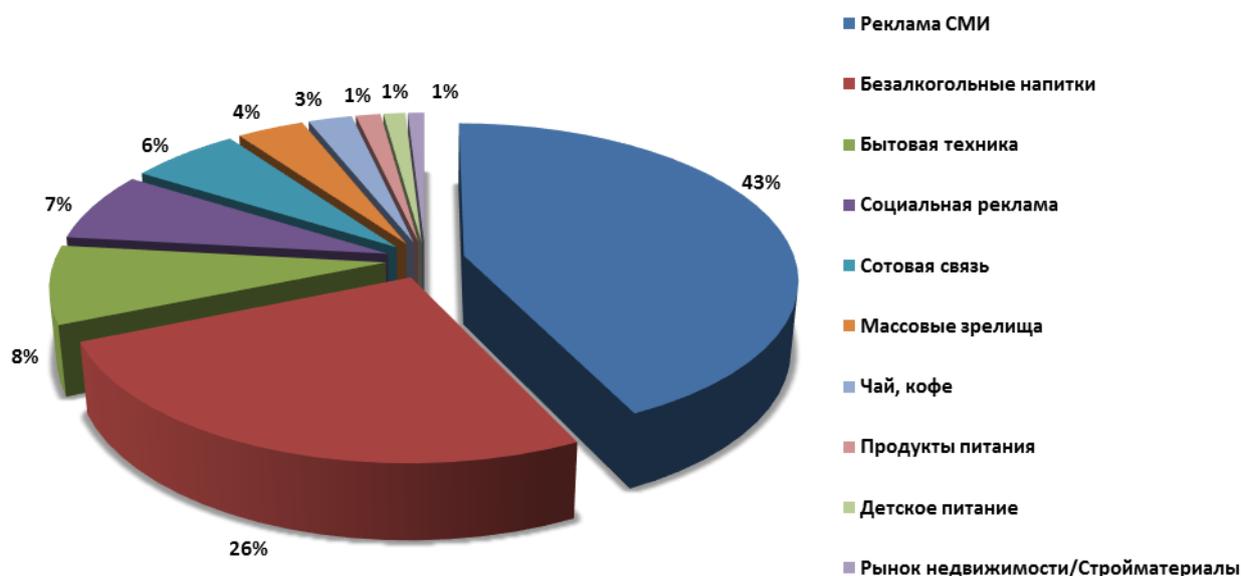
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



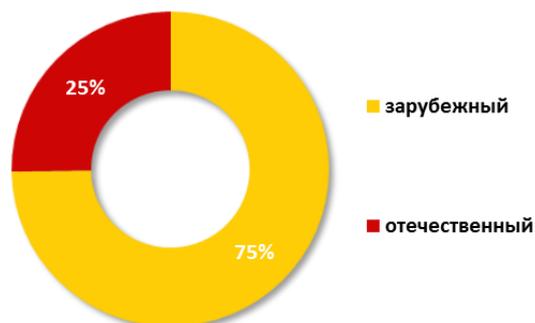
Средневзвешенная заполняемость эфира рекламой составила в Off Prime 4.1%, в Prime Time – 6.8%; Основными рекламируемыми товарными категориями стали «Реклама СМИ» и «Безалкогольные напитки».



## КТР Спорт

В требуемом Законом промежутке времени с 7:00 до 10:00 и с 18:00 до 23:00 отечественный контент присутствует в 25% времени эфира. На кыргызском языке вещалось 13 % передач, но при этом 75% - двуязычные трансляции – с языковым сопровождением, как на русском, так и на кыргызском языках.

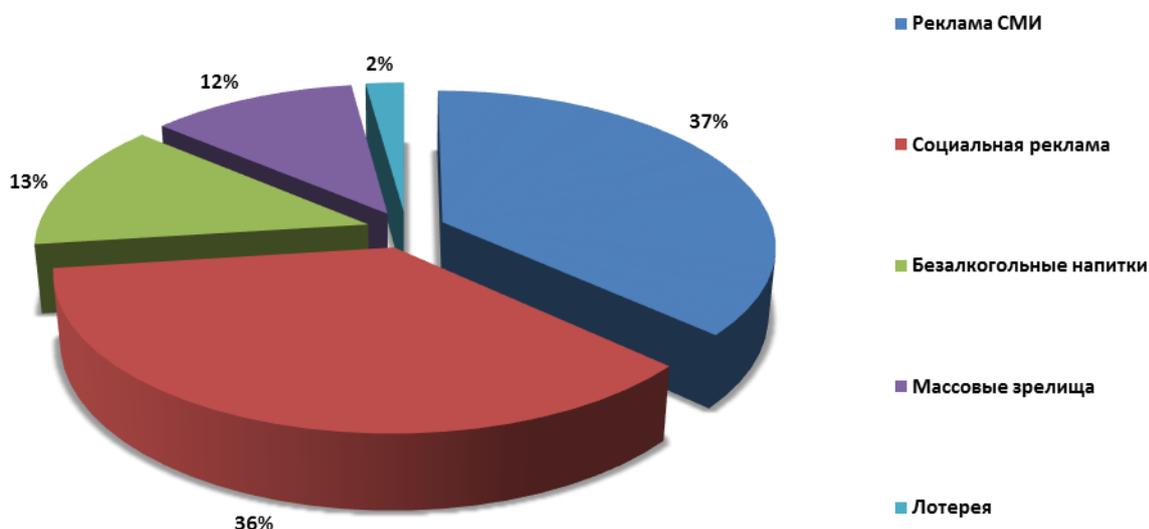
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

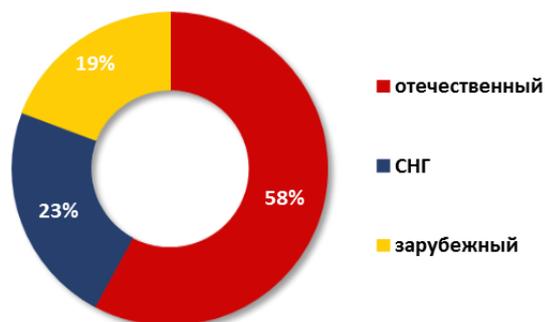


Прямая реклама на телеканале КТР Спорт по продолжительности роликов пришлась в большей степени на рекламу СМИ и социальную рекламу. Средневзвешенная доля наполнения эфира составила 3,9 % и 7,3 % заполняемости в Off Prime и в Prime Time, соответственно.

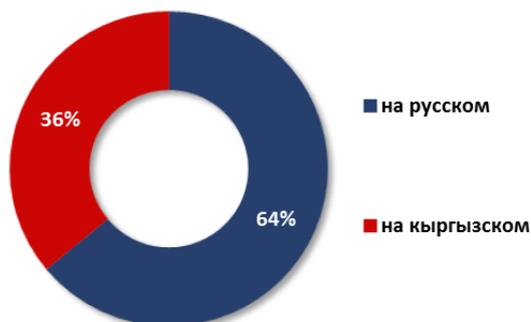


В течение анализируемых интервалов времени телеканал НТС 36 % времени телепередач вещал на кыргызском языке с долей отечественного содержания в 58 %.

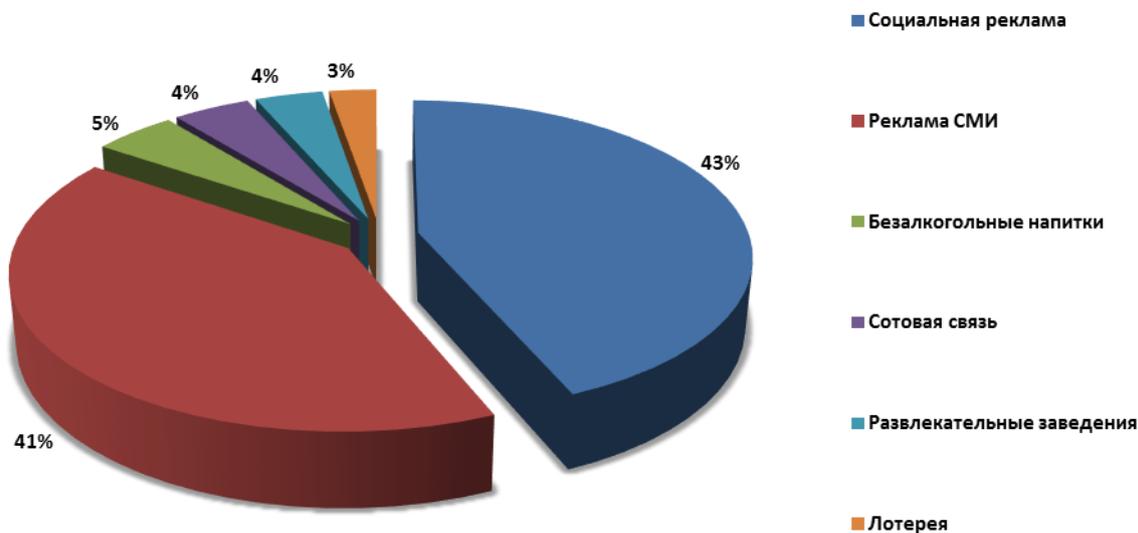
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

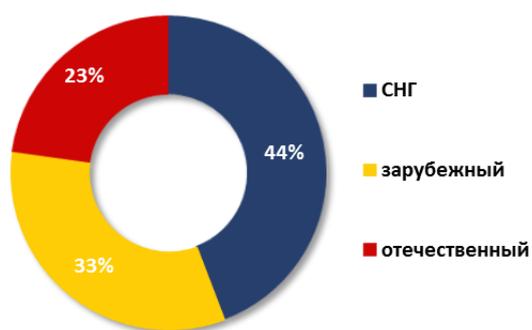


Относительно доли рекламы в эфире можно отметить следующее: основной упор пришелся на социальную рекламу – 43% и рекламу СМИ – 41% длительности всей рекламы в будний и выходной дни. Доля рекламы в Off Prime составила 2,9 % и в Prime Time – 5,3 %.

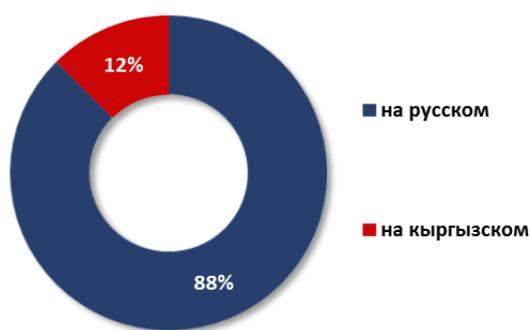


Трансляция передач в интервале 7:00 – 10:00 и 18:00 – 23:00 в 88 % эфирного времени происходила на русском языке. Основная доля контента телеканала НБТ была представлена не отечественным контентом (СНГ и зарубежный), на отечественный контент отводится 23% трансляции передач.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

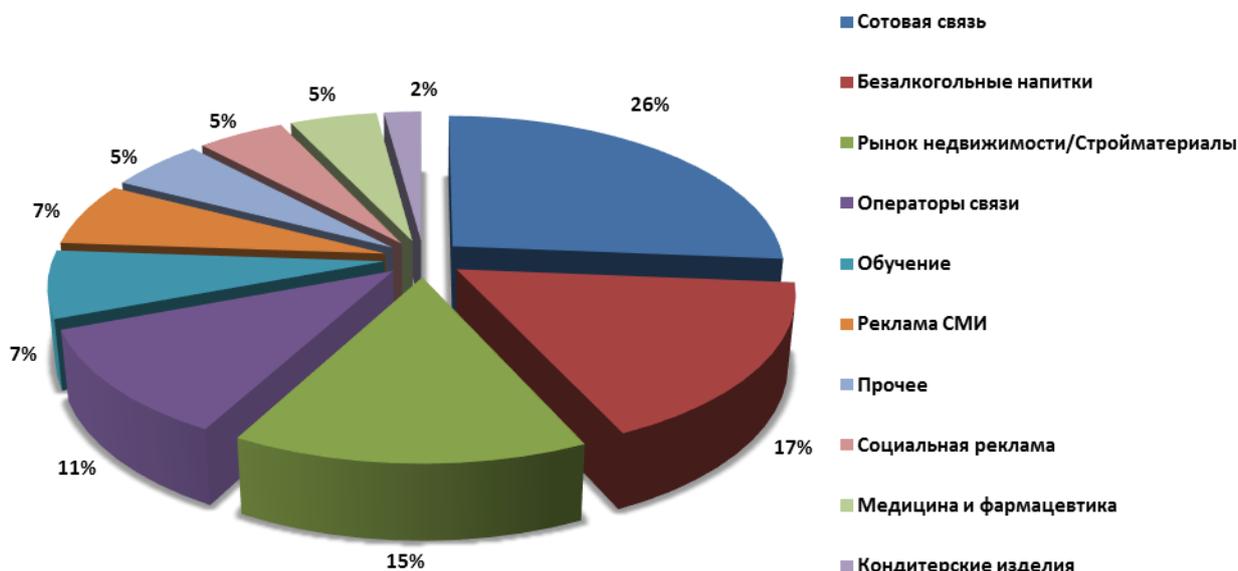


язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Доля рекламы от общего времени эфира в Off Prime составила 3,5%, в Prime Time – 6,2%.

В тройку преобладающих категорий по длительности показа вошли «Сотовая связь», «Безалкогольные напитки» и «Рынок недвижимости / Стройматериалы».

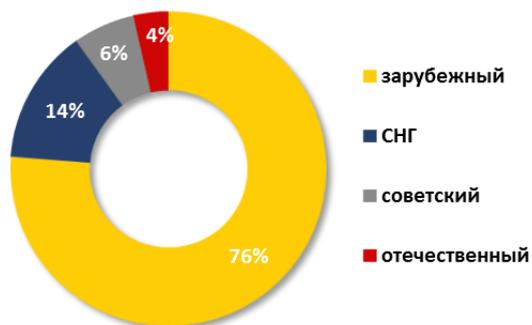


## Пирамида

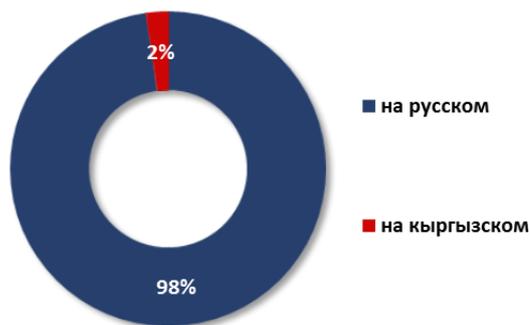
В нормативное время (7:00 - 10:00, 18:00 - 23:00) доля языкового сопровождения передач на государственном языке составила лишь 2%.

Доля отечественного контента составила 4% эфира. Остальное время отведено зарубежному, советскому контенту и содержанию, произведенному в СНГ.

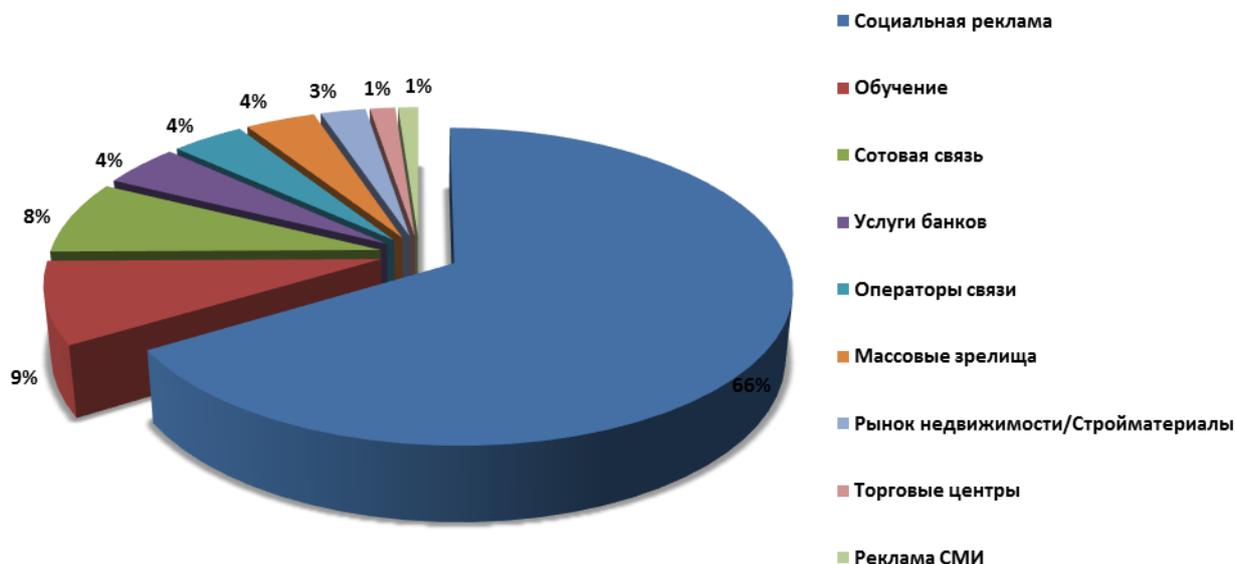
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Реклама в блоках телепрограмм в большинстве представлена категорией «Социальная реклама». У данного телеканала заполняемость эфира рекламой в Prime Time 5,1%, в Off Prime 4,2%.

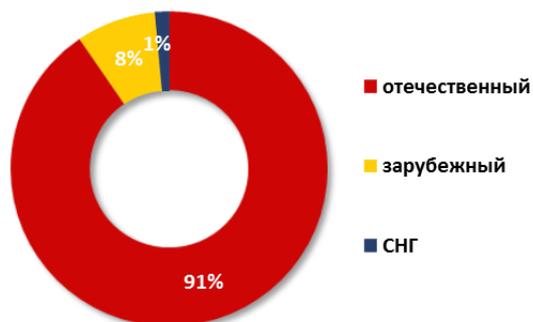


## ЭлТР

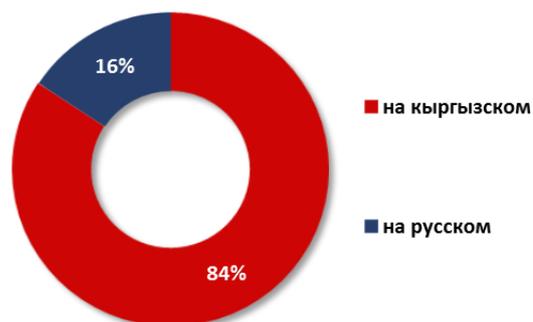
В течение выборочных дней и анализируемого временного интервала 84% эфирного времени телеканала ЭлТР отведено на программы, вещаемые на государственном (кыргызском) языке.

Отечественное наполнение присутствует в 91% эфира. Оставшиеся 9% время эфира – это контент СНГ и наполнение зарубежного производства.

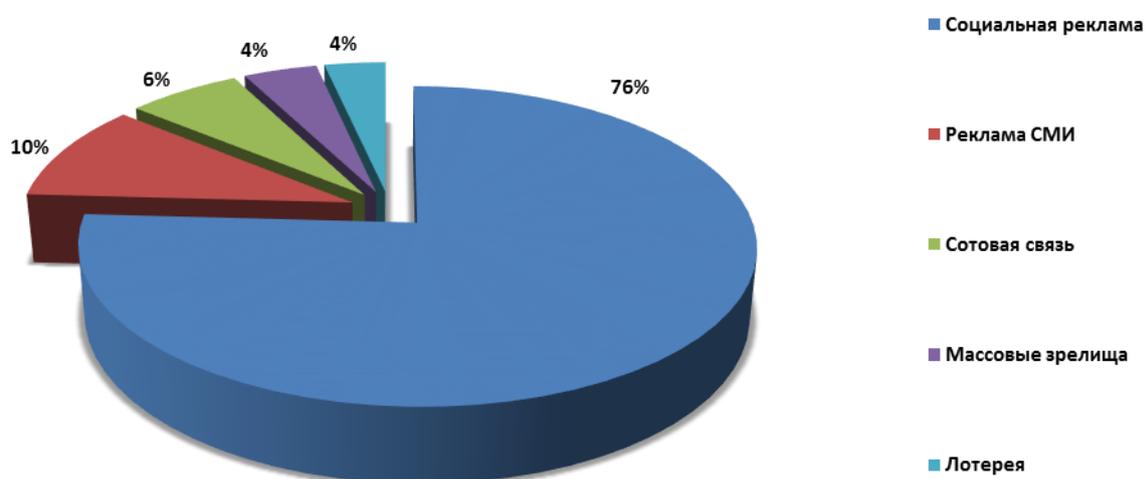
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Наполняемость эфира рекламой в Off Prime составила 4,7%; в Prime Time – 7,9%. Рекламные ролики, лидирующие по продолжительности показа представлены социальной рекламой.

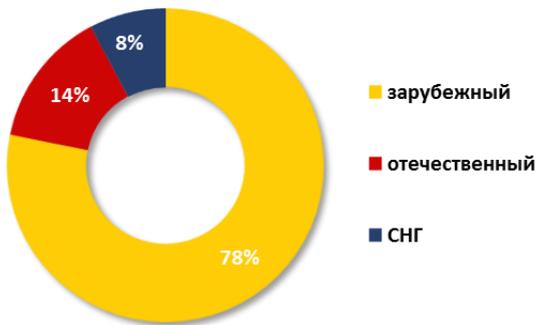


## Prime TV

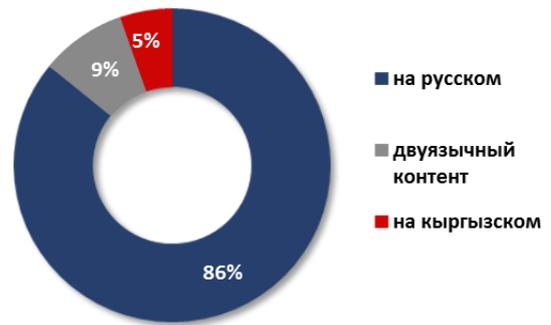
В течение анализируемого периода доля кыргызского сопровождения при вещании телепередач составила небольшие 5%.

Местного контента немного, транслируемые передачи отечественного производства составили 14%. Оставшиеся доминирующие доли распределены между зарубежным контентом и контентом СНГ на русском языке.

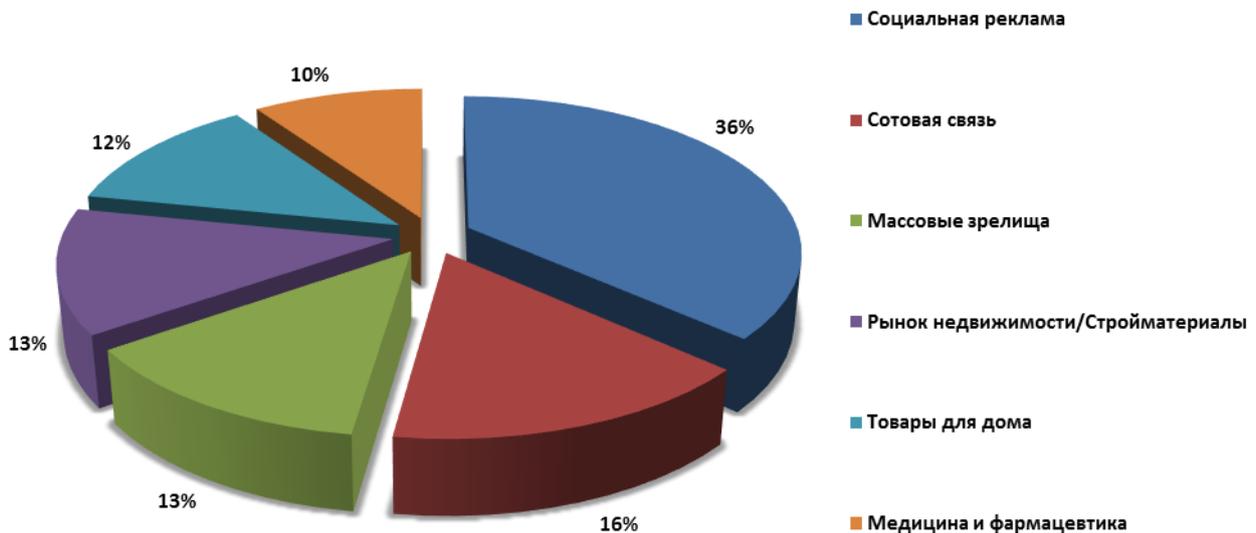
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



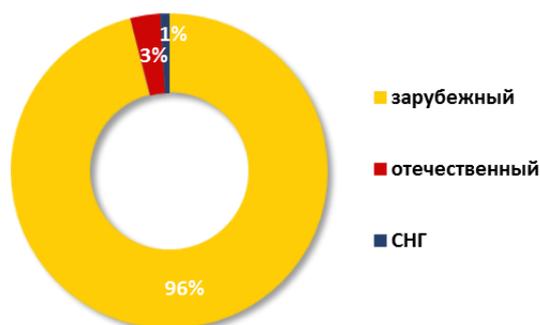
Наполняемость эфира рекламой составила 1,5% с 06:00 до 18:00 и 4,6% с 18:00 до 00:00. По рекламным категориям лидирует Социальная реклама (36%), остальные представленные категории имеют приблизительно одинаковое распределение долей.



## 7 канал

Долевое соотношение языка по времени трансляции передач телеканала демонстрирует, что в нормативное время передач на кыргызском языке представлено всего 3%, доминирует сопровождение на русском языке. Соотношение контента по производству следующее: зарубежный контент – 96% времени утреннего и вечернего эфира, СНГ – 1%, отечественных программ лишь 3% времени.

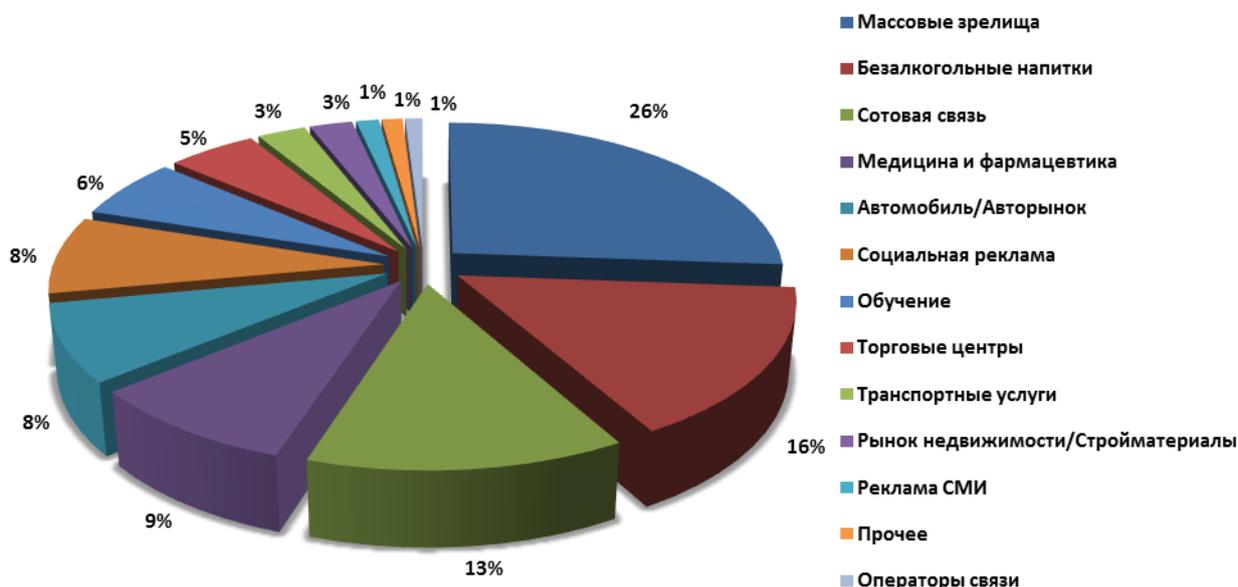
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



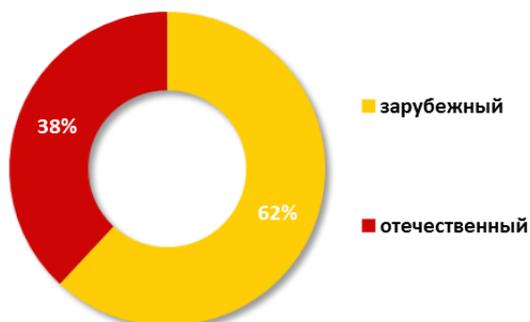
Наполняемость эфира рекламой составила 4,3% с 06:00 до 18:00 и 11,4% с 18:00 до 00:00. Реклама по категориям разнообразна: тройку лидеров по длительности роликов представляют категории «Массовые зрелища», «Безалкогольные напитки», «Сотовая связь».



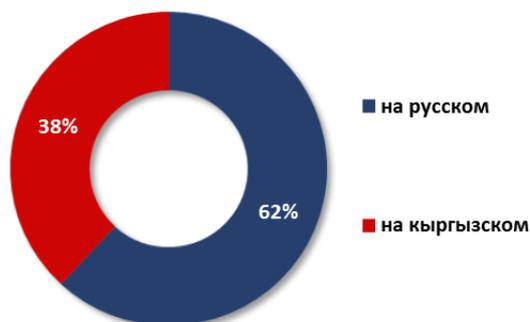
## Ош ТВ

В интервале времени 7:00 - 10:00, 18:00 - 23:00 доля вещания на кыргызском языке составила 38%. Доля отечественного контента в указанное время аналогично 38%.

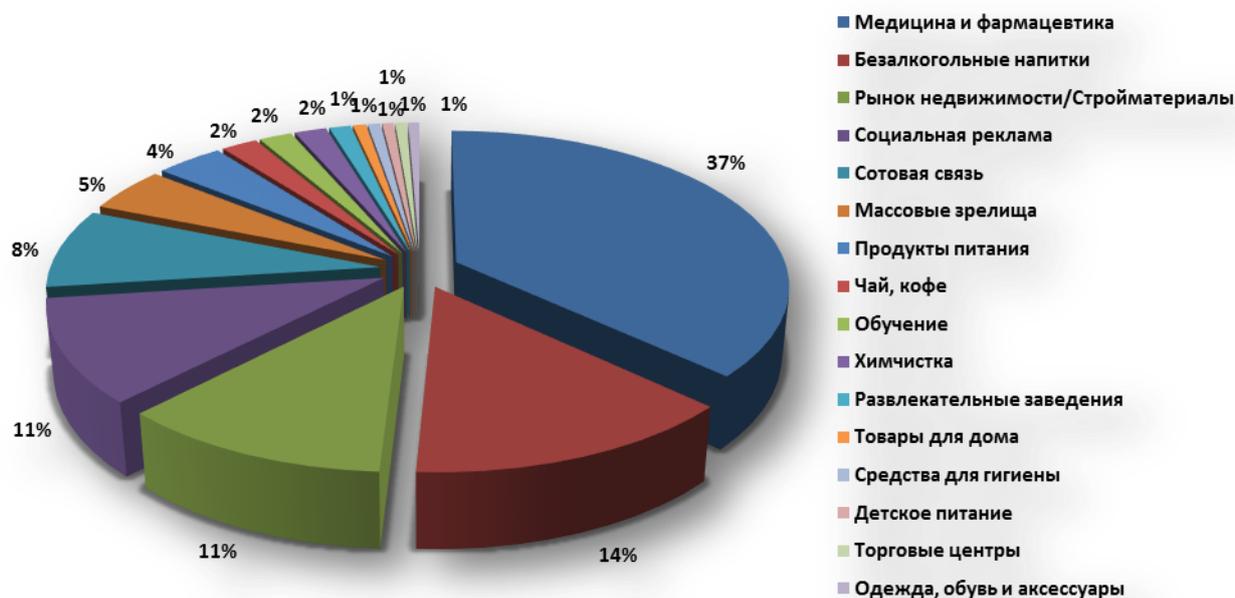
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Прямая реклама на телеканале Ош ТВ в виде роликов пришла в большей степени на товарные категории «Медицина и фармацевтика», «Безалкогольные напитки». Заполняемость эфира рекламой в Off Prime составила 5,5%, в Prime Time – 17,2%.

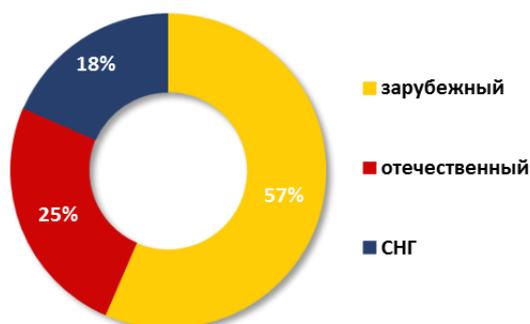


## Ынтымак

За анализируемый период в обозначенное Законом время 25 % продолжительности телепередач вещалось на кыргызском языке.

В целом же с весом в 25% по продолжительности занимает отечественный контент, оставшиеся доли - производство СНГ и зарубежное наполнение эфира.

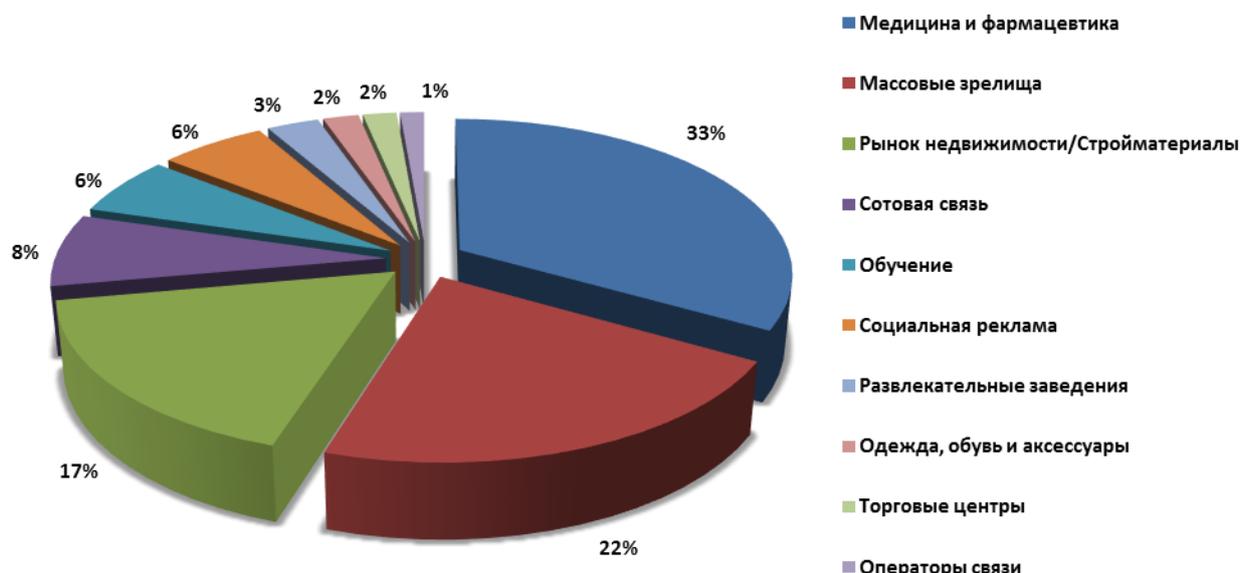
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



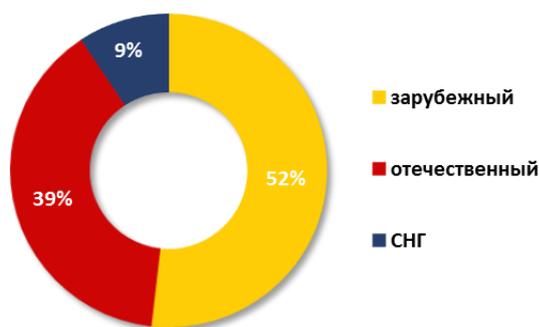
Прямая реклама на телеканале Ынтымак в большей мере от общего рекламного времени пришлась на товарные категории «Медицина и фармацевтика» (33%), «Массовые зрелища» (22%), «Рынок недвижимости / Стройматериалы» (17%). Заполняемость эфира рекламой в Off Prime составила 6,4%, в Prime Time – 16,6%.



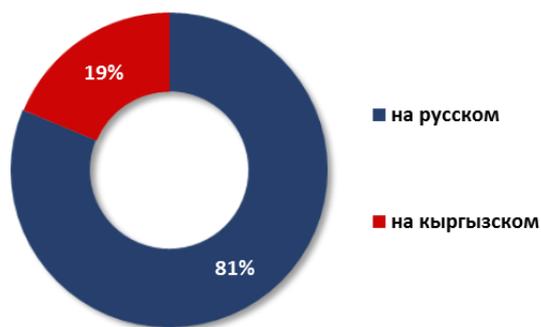
## 5 КАНАЛ

В течение анализируемого интервала времени большая часть передач вещалась на русском языке. Доля сопровождения на гос. языке составила 19%. Отечественный контент представлен 39%. Остальное время занято программами зарубежного производства (52%) и контентом СНГ (9%).

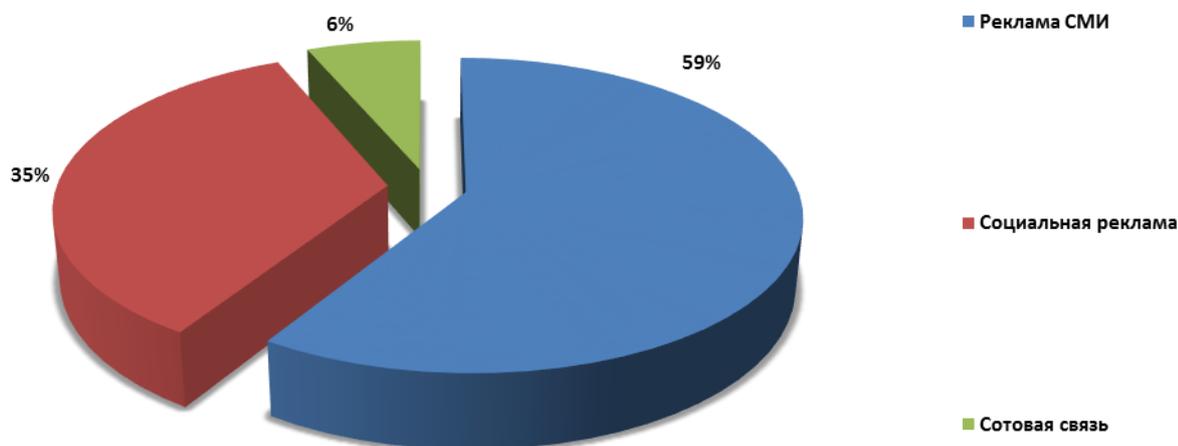
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



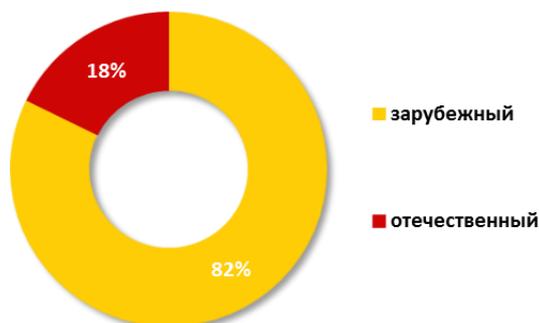
Прямая реклама в эфире была представлена 3 категориями – Реклама СМИ, Социальная реклама, Сотовая связь. Заполняемость эфира рекламой только как в Off Зкшью, так и в Prime Time и составила 1,5%.



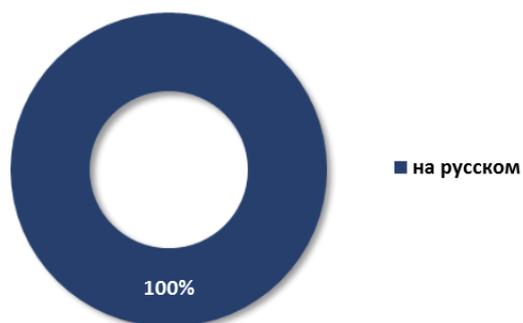
## TV1

Информационное наполнение канала TV1 представлено полностью на русском языке с долей отечественного контента 18 %. Остальная часть совокупного эфира была представлена наполнением зарубежного производства.

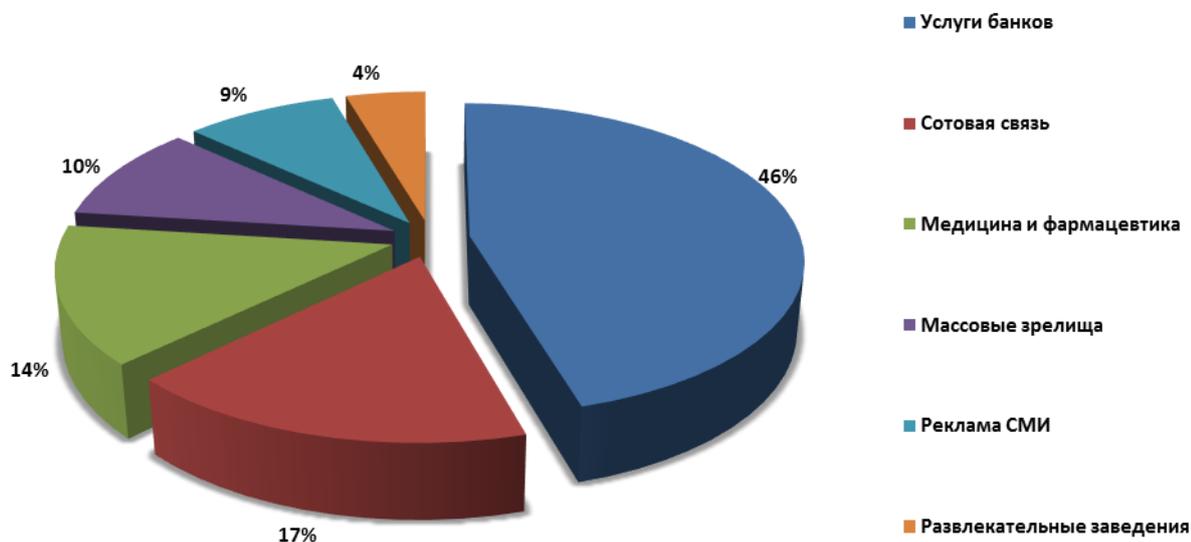
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



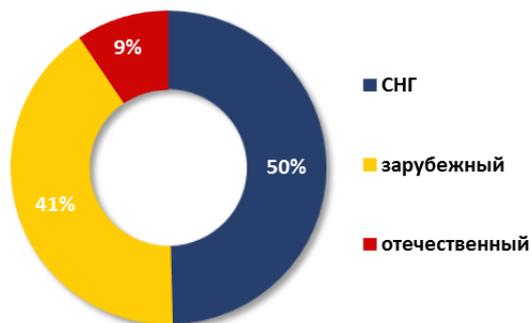
Прямая реклама телеканала TV1 пришлась в большей степени на такие товарные категории, как «Услуги банков», «Сотовая связь», «Медицина и фармацевтика». Средневзвешенная доля рекламы составила 1,9% и 4,4% от общей продолжительности эфира в Off Prime и Prime Time, соответственно.



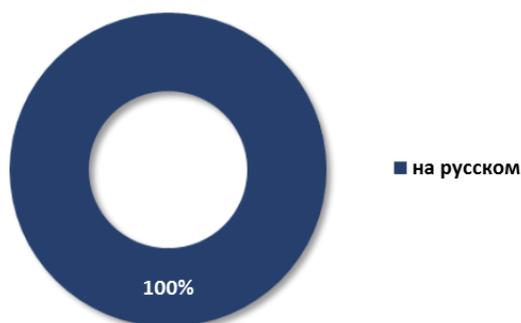
## Пятница

Содержание эфира телеканала Пятница представлено полностью на русском языке. 9% времени эфира буднего и выходного дня отведено на отечественное наполнение. Большая часть времени закреплена за зарубежным контентом и контентом производства СНГ.

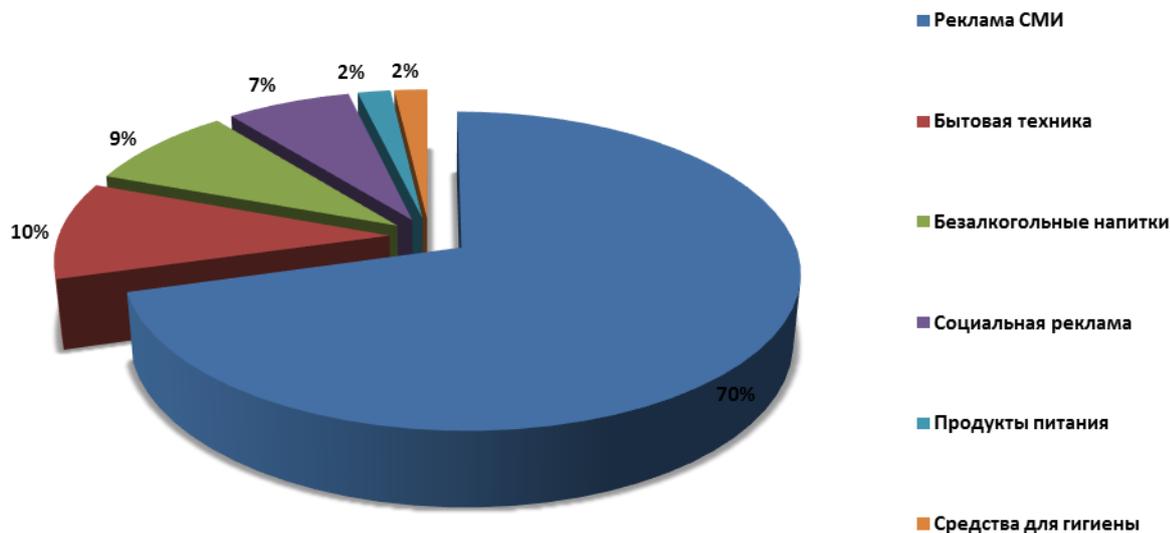
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Реклама охватывает шесть товарных категорий, из которых в большей степени представлена реклама СМИ. Заполняемость эфира рекламой в Prime Time составила 4,3%, в Off Prime – 3,5%.

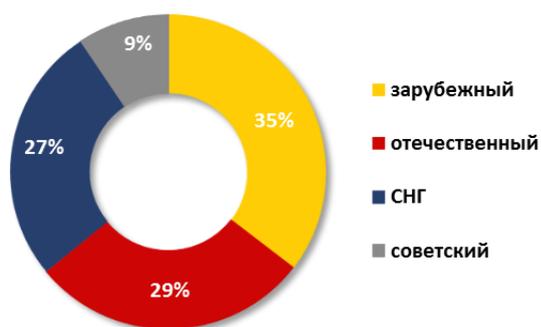


## Апрель

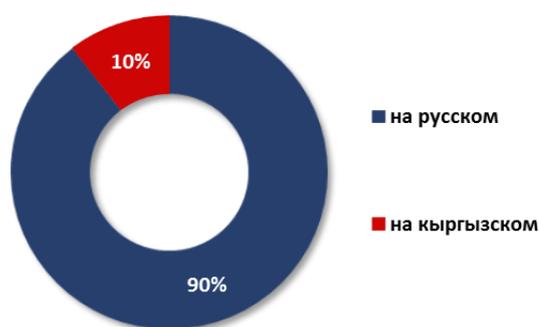
В анализируемые дни 10% времени трансляции телепередач происходило на государственном (кыргызском) языке. В целом большая доля отведена вещанию на русском языке.

По производству контента можно отметить следующее: транслируемые передачи отечественного производства составили 29% времени эфира. Оставшиеся доли заполнения эфира – это зарубежный, советский контент и контент стран СНГ.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

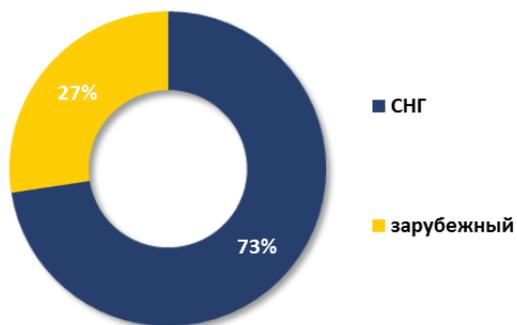


## Семейный

На государственном языке трансляций нет. 77% времени трансляции сопровождались передачи на русском языке. На иностранном языке представлены музыкальные клипы.

Контент неместного производства (зарубежный и СНГ) превагирует, отечественных программ в отведенный промежуток времени не было.

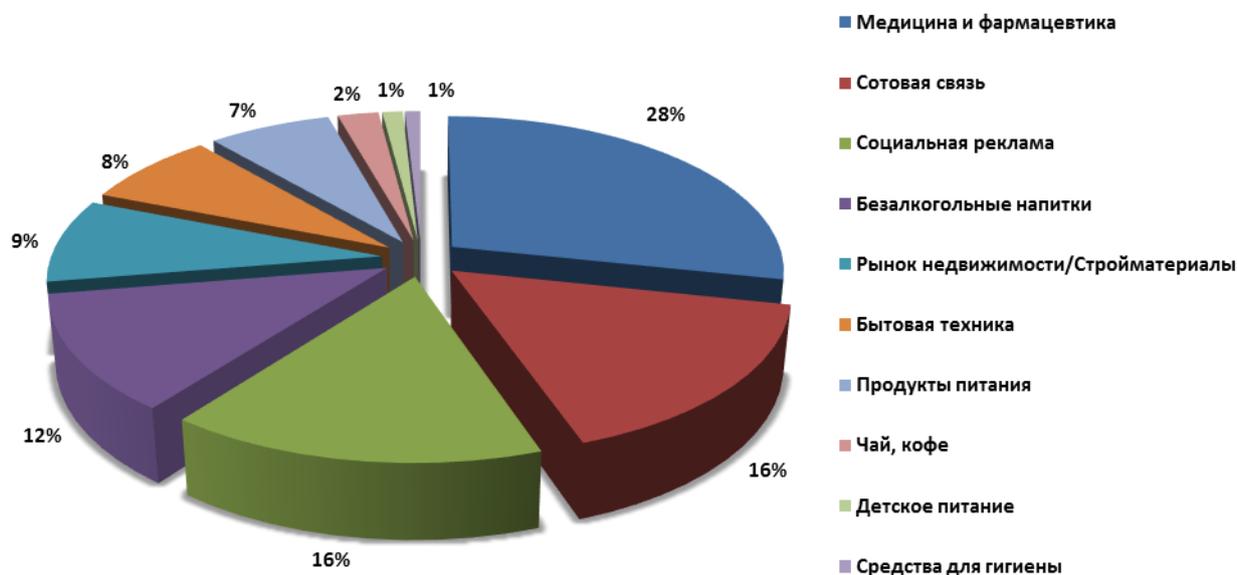
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



В отношении рекламы: дольше других показываются такие категории, как «Медицина и фармацевтика», «Сотовая связь», «Социальная реклама». Долевое средневзвешенное соотношение рекламы от времени эфира составляет 4,1% в Off Prime и 8,1% в Prime Time.

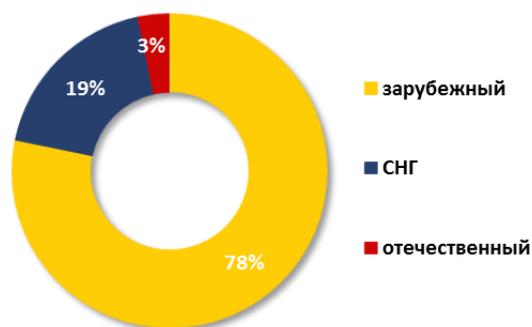


## Телеканал Я

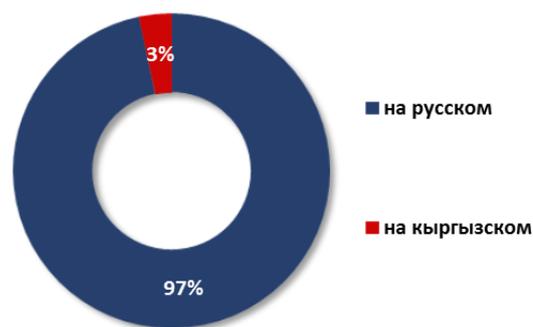
Долевое соотношение языка по времени трансляции передач телеканала Я демонстрирует, что вещание, как правило, происходит на русском языке (97%). На кыргызском языке вещалось 3% времени передач.

Соотношение контента по производству следующее: основу показов составили зарубежные передачи (78%) и передачи стран СНГ (19%), на местный контент было отведено 3% времени оцениваемого эфира.

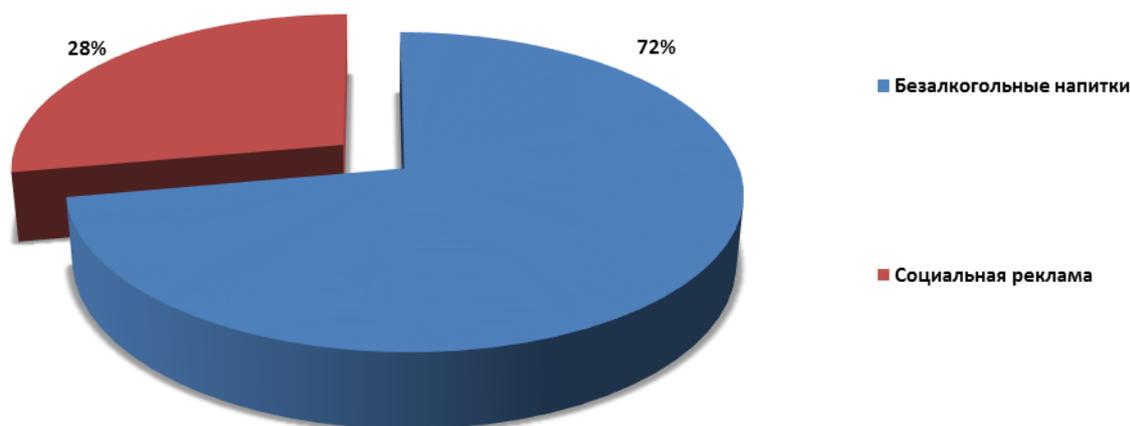
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



В рекламных роликах были представлены только две категории – «Безалкогольные напитки» и «Социальная реклама». Наполняемость эфира рекламой мизерная: 0,2% с 06:00 до 18:00 и 0,9% с 18:00 до 00:00.

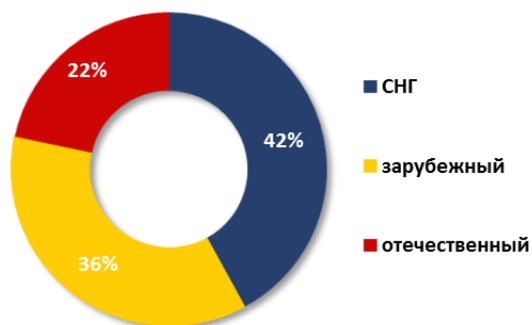


## Любимый HD

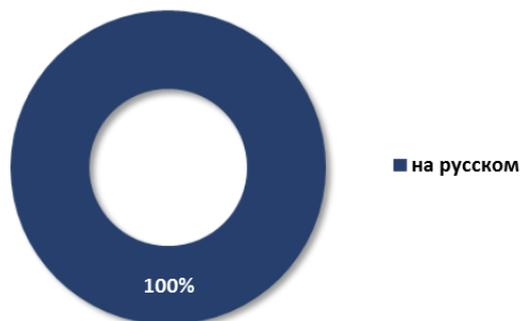
На государственном языке трансляций нет, все осцениваемое время программ телеканала «Любимый» производилось на русском языке.

Контент транслируемых передач следующий: отечественного производства – 22%, зарубежного – 36%, контент СНГ – 42%.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

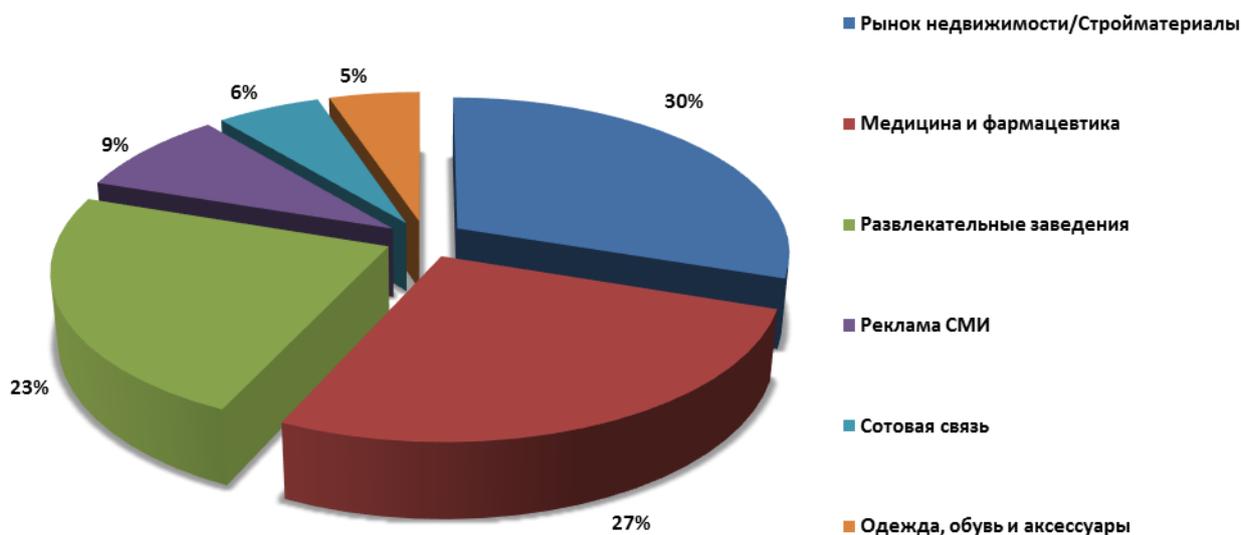


язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



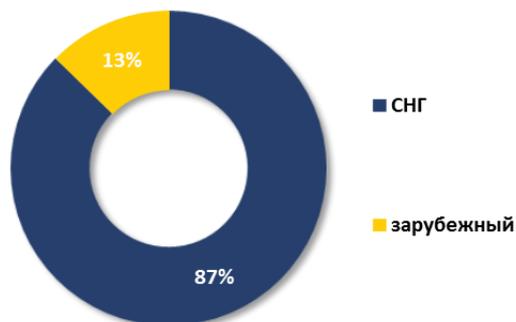
Прямая реклама представлена товарными категориями, указанными на рисунке ниже. Лидируют по продолжительности показов товарные группы «Рынок недвижимости / Стройматериалы», «Медицина и фармацевтика», «Развлекательные заведения».

Доля заполняемости эфира в будний день в Prime Time составила 4,2%, в Off Prime – 2%.

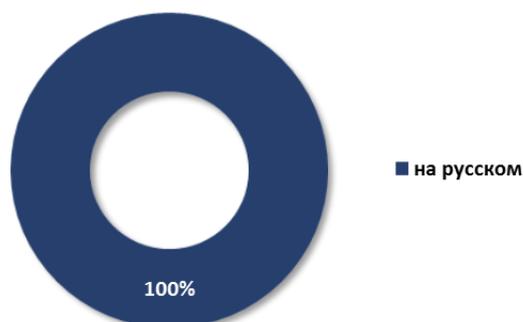


Вещание полностью представлено на русском языке с наполнением зарубежного производства и производства СНГ (РФ). Отечественного контента нет, т.к. канал ретранслируется.

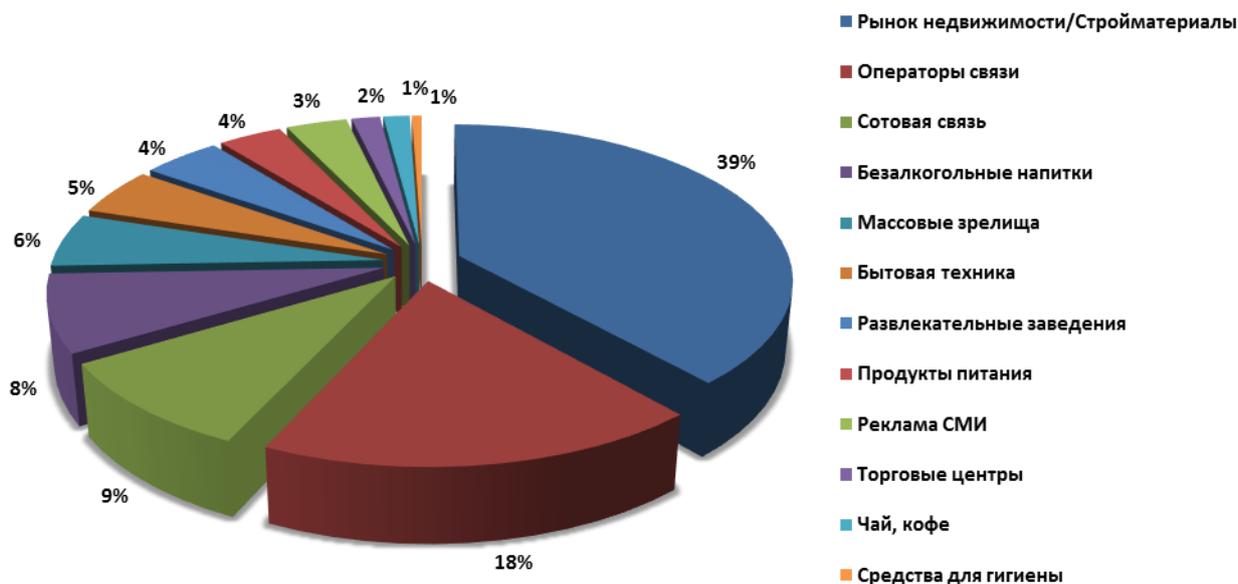
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



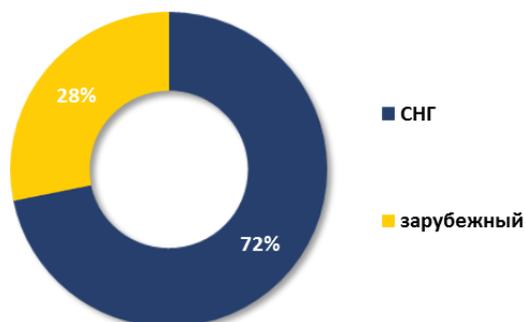
Превалирующие рекламируемые товарные категории – «Рынок недвижимости/ Стройматериалы», «Операторы связи», «Сотовая связь». Заполняемость рекламой в Off Prime – 7,1% и в Prime Time 8,1%.



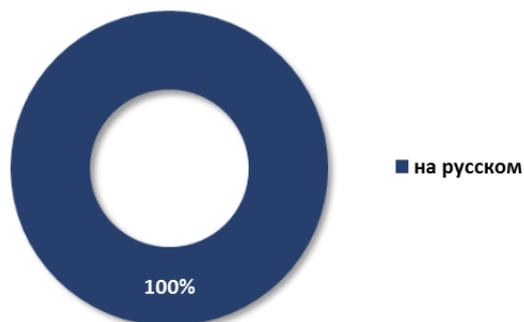
## Домашний

Телеканал транслирует контент только на русском языке и в целом это российский контент, с долей зарубежного контента в 28%. Канал ретранслируется – отечественного контента нет.

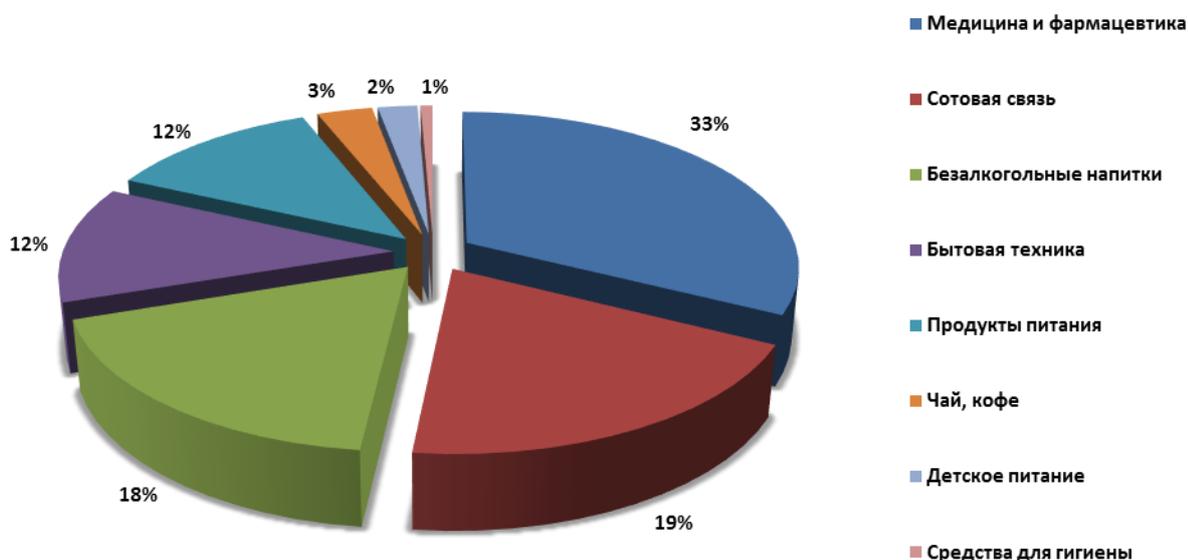
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



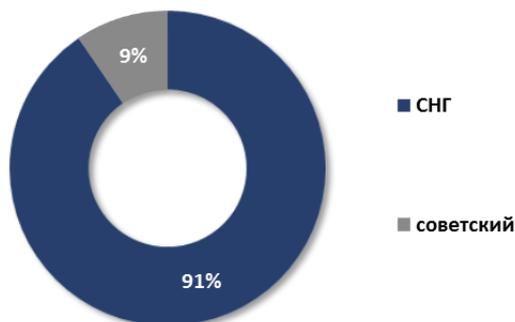
Средневзвешенная доля прямой рекламы на телеканале Домашний составила 1,7% в Off Prime и 7% в Prime Time. Тройка лидирующих по времени показа роликов представлена товарными категориями «Медицина и фармацевтика», «Сотовая связь» и «Безалкогольные напитки».



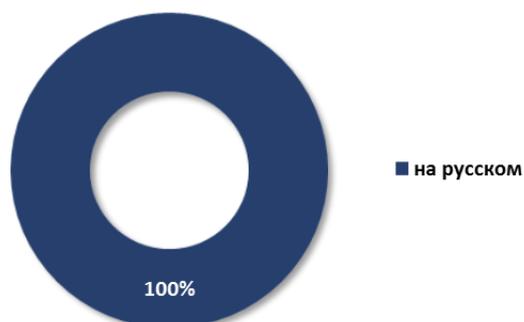
## Мир

Телеканал Мир ретранслирует контент полностью на русском языке и представлен он российским и советским содержанием.

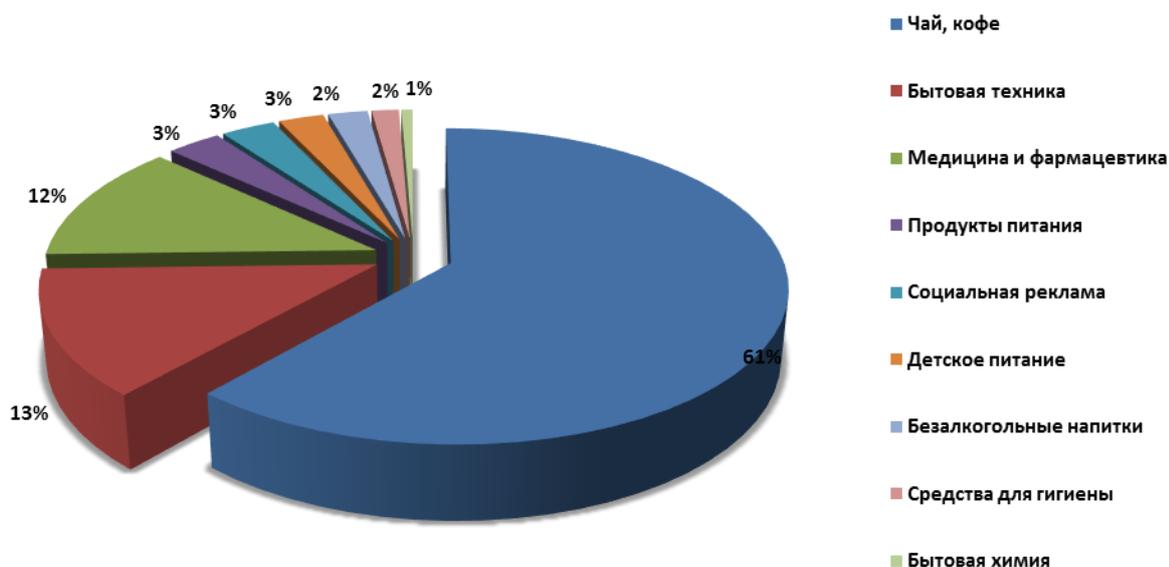
производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



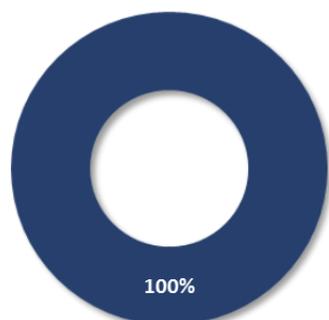
Доля прямой рекламы на телеканале Мир составила 2,3% в Off Prime и 3,9% в Prime Time. Реклама представлена в наибольшей мере товарной категорией «Чай, кофе».



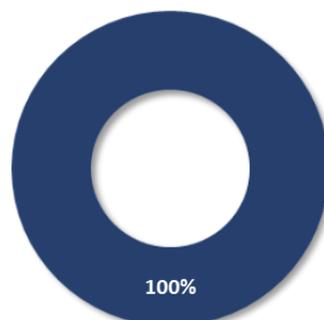
Телеканал Мир ретранслирует российский контент полностью на русском языке.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00

язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



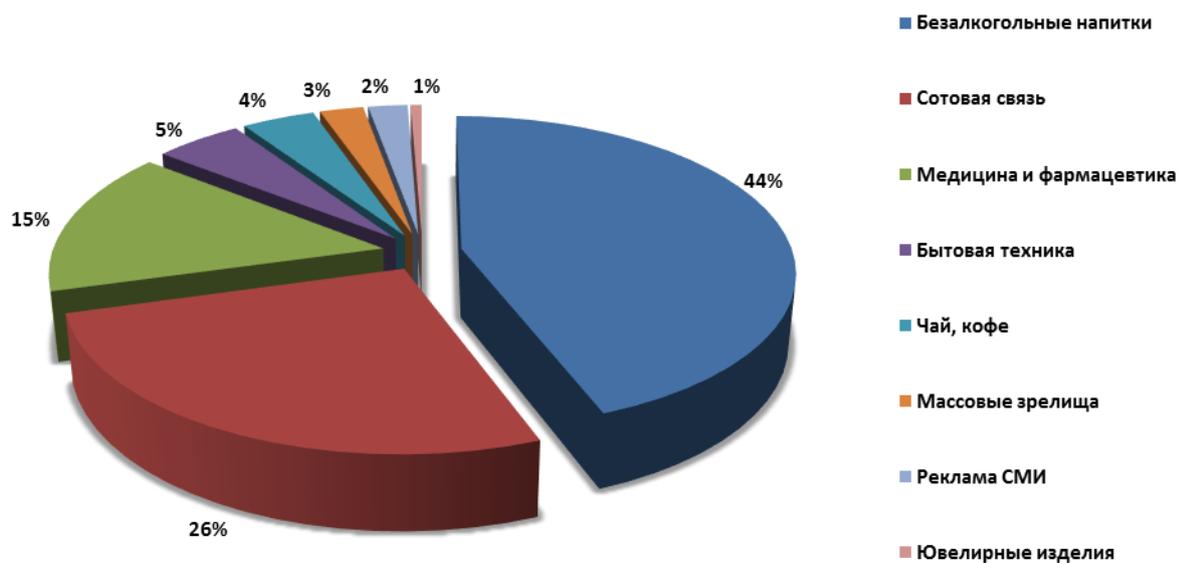
■ СНГ



■ на русском

Доля прямой рекламы на телеканале ТНТ составила в Off Prime 1,1% и 3,5% в Prime Time.

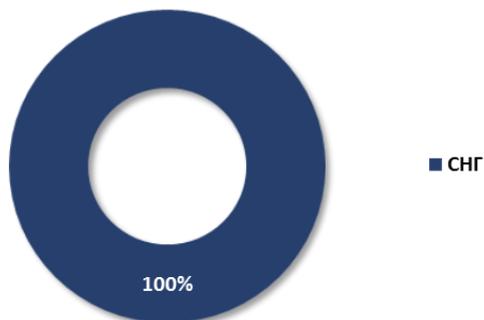
Лидируют по времени показа рекламные категории «Безалкогольные напитки», «Сотовая связь».



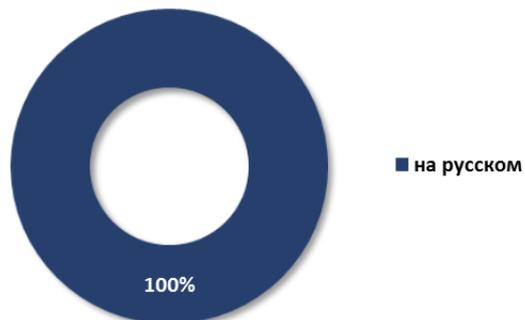
## Россия РТР

Эфир канала Россия РТР полностью представлен российским содержанием и на русском языке, т.к. происходит ретрансляция российского канала.

производство контента 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



язык вещания программ 7:00 - 10:00 / 18:00 - 23:00



Доля прямой рекламы на телеканале Россия РТР составила 0,5% в Off Prime и 2% в Prime Time.

Среди представленных на канале шести рекламных категорий лидируют «Бытовая техника» (40%) и «Продукты питания» (26%).

